

Таблиця 1 – Реєстр кваліфікаційних робіт першого рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг послуг»

№	Бібліографічний опис	Вид оприлюднення та місце	Анотація
1	Борисов Д.Д. Управління маркетинговою діяльністю підприємства : кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i> / наук. керівник професор Ложачевська О.М. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 79 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розглянуто сутність управління маркетинговою діяльністю підприємства, методи оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю та визначається вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю. Приводиться загальна характеристика підприємства, проводиться аналіз фінансово-господарської діяльності, розкриваються проблеми управління маркетинговою діяльністю підприємства. Розроблено альтернативи удосконалення маркетингової діяльності підприємства та проведено економічне обґрунтування вдосконалення маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Ключові слова: управління маркетинговою діяльністю, ефективність, маркетинг, реклама, удосконалення маркетингової діяльності.
2	Василенко В.Ю. Удосконалення маркетингової цінової політики логістичного підприємства: кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i> / наук. керівник доцент Ільченко В.Ю. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 86 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	У роботі розглянуто сутність та значення маркетингової цінової політики, методи та принципи її формування загалом та на логістичних підприємствах зокрема; наведена загальна характеристика ТОВ «Транс Логістик», проаналізовано фінансово – господарську діяльність та визначено сучасний стан наявної маркетингової політики; окреслено передумови удосконалення маркетингової

			цінової політики логістичного підприємства, визначено пропозиції щодо удосконалення маркетингової цінової політики ТОВ «Транс Логістик» та визначено економічну ефективність від впровадження запропонованих заходів на підприємстві. Ключові слова: ціна, маркетинг, маркетингова цінова політика, логістичне підприємство, конкурентоспроможність, онлайн-калькулятор.
3	Войналович В.С. Розширення ринків збуту продукції підприємства : кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i>/ наук. керівник професор Ложачевська О.М. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 99 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розглянуто теоретичні засади формування стратегій розширення ринків збуту продукції підприємства; класифікацію стратегій та методик розробки зовнішньоекономічної стратегії. Проведено аналіз фінансового стану підприємства та SWOT - аналіз діяльності підприємства. Розроблено зовнішньоторговельну стратегію підприємства та проаналізовано інвестиційний проект. Ключові слова: зовнішній ринок, стратегія, непрямий експорт, ринки збуту.
4	Давидов Л.Р. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на підставі впровадження інновацій: кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i>/ наук. керівник доцент Заяц О.В. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 85 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	У кваліфікаційній роботі розглянуто сутність конкурентоспроможності послуг та чинники, що на неї впливають, зокрема роль інновацій у підвищенні ринкових позицій підприємств. Проаналізовано діяльність ПрАТ «Київстар», його фінансовий стан та рівень конкурентоспроможності послуг. Запропоновано напрями підвищення конкурентоспроможності через впровадження інновацій і сучасних технологій, а також оцінено ефективність запропонованих заходів. Ключові слова: конкурентоспроможність, інновації, інноваційний розвиток, телекомунікаційні послуги,

			стратегія, ефективність.
5	Довбенко В.О. Організація маркетингової діяльності компанії та оцінка її ефективності: кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i> / наук. керівник асистент Сукманюк В.М. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 87 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розглянуто сутність маркетингової діяльності підприємства, охарактеризовані моделі та механізми організації маркетингової діяльності підприємства. Надано загальну характеристику організаційно-економічної діяльності ТОВ «ВІДІ АВТО-ОНЛАЙН», досліджено стан маркетингової діяльності та оцінено її ефективність. Запропоновано альтернативні напрями удосконалення маркетингової діяльності підприємства; розраховано ефективність обраних напрямів та маркетингових інструментів розвитку автосалону. Ключові слова: автосалони, організація маркетингової діяльності, маркетингові інструменти, ефективність, планування.
6	Коваль М.Ю. Формування та розвиток бренду підприємства сфери послуга: кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i> / наук. керівник доцент Дяченко Т.О. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 92 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розглянуто теоретико-методичні аспекти формування та розвитку бренду підприємства, яке функціонує у сфері послуг, особливості управління брендом в сучасних умовах; досліджено фактори впливу на діяльність ТОВ «ЛАНДШАФТНИЙ ГРІН ДИЗАЙН» з урахуванням реактивного конкурентного середовища; проведено фінансовий аналіз діяльності підприємства; проаналізовано елементи маркетингових комунікацій; запропоновано стратегічний план управління брендом ТОВ «ЛАНДШАФТНИЙ ГРІН ДИЗАЙН», модель формування бренду на основі матриці прийняття рішень. Ключові слова: бренд, імідж, функції бренду, сфера послуг, споживачі.
7	Колібаба В.Р. Формування іміджу підприємства як	Текст (паперовий вигляд)	В роботі розглянуто сутність та

	фактор посилення конкурентних переваг: кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i>/ наук. керівник доцент Железняк К.Л. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 91 с.	Електронний носій, кафедра менеджменту	особливості формування іміджу підприємства як цілісної системи, що включає якість послуг, атмосферу, соціальну активність та маркетингові меседжі. Проаналізовано маркетингову діяльність та імідж кафе-бару City Zen. Запропоновано конкретні шляхи щодо вдосконалення маркетингової діяльності кафе-бару City Zen з використанням цифрових технологій (QR-меню, оплата через смартфон, мобільний додаток), запуск програми лояльності та формування повноцінної стратегічної маркетингової системи. Ключові слова: імідж, брендинг та репутація, методи формування бренду, маркетингова діяльність, контент
8	Лисенко А.М. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства сфери послуг: кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»</i>/ наук. керівник доцент Ільченко В.Ю. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	У роботі розглянуто сутність та значення маркетингової діяльності, визначено інструменти маркетингової діяльності, досліджено вплив маркетингової діяльності на ефективність функціонування підприємств сфери послуг; наведено загальну характеристика ПП «ESTO», проаналізовано фінансово – господарську діяльність та визначено сучасний стан наявної маркетингової діяльності підприємства; досліджено конкурентні переваги компанії, розроблено напрями щодо удосконалення маркетингової діяльності ПП «ESTO» та визначено економічну ефективність від запропонованих заходів на підприємстві. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, стоматологічна клініка, аналіз, конкурентні переваги, ефективність.
9	Льовушкін Н.О. Формування рекламної стратегії підприємства сфери транспортних послуг: кваліфікаційна робота бакалавра : <i>спец. 075</i>	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розкрито сутність, особливості та основні характеристики рекламних стратегій; розглянуто методичний інструментарій оцінювання рекламних стратегій

	«Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник доцент Дяченко Т.О. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 101 с.		та особливості функціонування сервісних підприємств; досліджено фактори впливу на функціонування ТОВ «ВІДІ МОТОР ІМПОРТС», проаналізовано фінансову діяльність та проведені рекламні заходи підприємства; запропоновано шаблон формування рекламної стратегії та механізм її впровадження для підприємства; обґрунтовано рекламну стратегію на основі Internet-технологій та розроблено план рекламної кампанії. Ключові слова: рекламна стратегія, транспортне підприємство, мотоциклетний ринок, рекламна кампанія, інтернет-технології.
10	Меденко М.М. Управління рекламною діяльністю підприємства кваліфікаційна робота бакалавра : спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник професор Ложачевська О.М. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 93 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розглянуто теоретичну сутність рекламної діяльності підприємств, основні елементи управління рекламною діяльністю, визначено проблеми управління рекламною діяльністю підприємств на сучасному етапі. Наведено характеристику та проведено аналіз господарсько- фінансової діяльності ДП «Авто- Київ». Розглянуто основні напрями вдосконалення управління рекламною діяльністю підприємства. Запропоновано шляхи удосконалення управління рекламною діяльністю підприємства; оцінено економічний ефект від реалізації пропонуємих заходів. Ключові слова: реклама, рекламний менеджмент, автотранспортне підприємство, рекламна кампанія.
11	Макаренко Т.О. Маркетингові комунікації як чинник підвищення ефективності діяльності підприємства: кваліфікаційна робота бакалавра : спец. 075	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	У кваліфікаційній роботі розкрито сутність маркетингових комунікацій, їх канали та інструменти, а також особливості функціонування в умовах воєнного часу. Проаналізовано діяльність ТОВ «MEGOGO» та

	«Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник доцент Заяц О.В. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 64 с.		його стратегію прямих комунікацій, виявлено проблеми у взаємодії з аудиторією. Запропоновано інноваційні підходи до покращення маркетингових комунікацій та оцінено ефективність запропонованих змін. Ключові слова: комунікація, інновації, маркетинг, послуги, аналіз.
12	Нога А.І. Удосконалення стратегічного маркетингового комплексу логістичного підприємства: кваліфікаційна робота бакалавра : спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник професор Коваленко Н.В. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 89 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	Розглянуто сутність і значення маркетингового комплексу в сучасних умовах функціонування логістичних підприємств. Надано загальну характеристику підприємства, досліджено його організаційну структуру, оціночні показники фінансово- господарської діяльності. Розроблено напрями формування ефективної маркетингової стратегії з урахуванням особливостей логістичного ринку. Ключові слова: маркетинг, маркетинговий комплекс, стратегія, стратегічний комплекс, логістичне підприємство.
13	Онищенко Д.М. Організація маркетингової діяльності транспортного підприємства в сучасних умовах: кваліфікаційна робота бакалавра : спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник старший викладач кафедри Височило О.М. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 67 с.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	У кваліфікаційній роботі розглянуто сутність, моделі та методи оцінки маркетингової діяльності підприємства. Проаналізовано маркетингову діяльність ТОВ СП «НІБУЛОН», зовнішнє середовище, проведено SWOT-аналіз і оцінено ефективність стратегії підприємства. Запропоновано напрями удосконалення маркетингу відповідно до сучасних ринкових умов і викликів воєнного часу. Ключові слова: маркетингова діяльність, стратегія, ефективність, цифровий маркетинг, конкурентоспроможність, маркетингове середовище.
14	Остряніна В.С. Формування системи digital- маркетингу транспортного	Текст (паперовий вигляд)	В роботі розглянуто основні поняття, сутність та особливості digital-маркетингу, як сучасного

	підприємства: кваліфікаційна робота бакалавра : спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник доцент Малахова Ю.А. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025. 97 с.	Електронний носій, кафедра менеджменту	напрямку маркетингової діяльності. Досліджено ключові цифрові інструменти, що застосовуються у практиці просування товарів і послуг, а також проаналізовано тенденції розвитку digital-маркетингу у сфері транспортних послуг. Наведено загальну характеристику ТОВ «Транс Логістик», здійснено аналіз маркетингового середовища підприємства, а також фінансового стану. Обґрунтовано пропозиції щодо удосконалення digital-маркетингу для ТОВ «Транс Логістик» й сформовано систему підвищення конкурентоспроможності, проаналізовано можливі ризики та обмеження впровадження запропонованих заходів. Ключові слова: digital- маркетинг, діджиталізація, цифровий маркетинг, транспортне підприємство, ринок транспортних послуг, послуги, соціальні мережі.
15	Приходько О.О. Розробка рекламної кампанії із просування послуг в умовах цифровізації: кваліфікаційна робота бакалавра : спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник професор Коваленко Н.В. Національний транспортний університет, кафедра менеджменту. Київ, 2025.	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розглянуто теоретичні аспекти розробки рекламних кампаній у цифрову епоху. Проаналізовано поточну маркетингову та рекламну діяльність підприємства. Розроблено медіаплан та бюджет рекламної кампанії для підприємства. Ключові слова: рекламна кампанія, цифровий маркетинг, вторинна сировина, соціальні мережі, цільова аудиторія, ефективність.
16	Шеремет Т.В. Брендинг у маркетинговій діяльності автопідприємства: кваліфікаційна робота бакалавра : спец. 075 «Маркетинг» ОП «Маркетинг послуг»/ наук. керівник доцент Железняк К.Л. Національний транспортний університет,	Текст (паперовий вигляд) Електронний носій, кафедра менеджменту	В роботі розглянуто теоретичні основи дослідження впливу брендингу на прихильність споживача, сутність брендингу на підприємстві. Проаналізовано конкурентоспроможність ТОВ «Namelaka». Проаналізовано вплив брендингу та залученість споживачів. Зап, а саме

	кафедра менеджменту. Київ, 2025. 86 с.		розроблено івенти для посилення брендингу підприємства для різної аудиторії. Ключові слова: брендинг, імідж, емоційний вплив, візуальна індивідуальність, поведінка споживачів
--	---	--	---