

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ – 18м

Спеціальності 075 Маркетинг

Липка Вікторія Валеріївна

Керівник: Курочкіна І.Г., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Липка В.В. Управління маркетинговою діяльністю.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації та контролю маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової та виробничої діяльності підприємства ТОВ «Сільпо». З урахуванням конкурентоспроможності основних конкурентів на ринку рітейлу було запропоновано встановлення кас самообслуговування, покращення умов праці персоналу та відкриття інтернет магазину для оформлення замовлень по товарам.

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетинговий аналіз, маркетинговий аудит .

SUMMARY

Lypka V.V. Management of Marketing activities.

In the qualification work the theoretical and methodological foundations of the organization and control of marketing activity of the enterprise are considered, the marketing analysis and marketing audit of the activity are carried out, the recommendations on perfection of the organization of marketing and production activity of the enterprise of Silpo LLC are developed. Taking into account the competitiveness of the main competitors in the retail market, it was proposed to establish self-service cash desks, improve the working conditions of staff and open an online store to place orders for goods.

Keywords: competitive ability, marketing analysis, marketing audit .

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Зміст і складові маркетингової діяльності	5
1.2. Управління маркетинговою діяльністю в системі маркетингового менеджменту підприємства	14
1.3. Методичні підходи до управління маркетинговою діяльністю підприємства	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «FOZZY GROUP»	27
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства	27
2.2. Огляд основних тенденцій ринку, на якому діє підприємство	34
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища.....	39
2.3.1. Аналіз мікросередовища (конкуренти, споживачі, постачальники і посередники)	40
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	44
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства	48
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «FOZZY GROUP».....	51
3.1. Напрямки удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю ТОВ «FOZZY GROUP»	51
3.2. Розрахунок ефективності запропонованих заходів	71
ВИСНОВКИ	77
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ.....	85