

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Стратегічне управління ефективністю
маркетингової діяльності підприємства»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Прошина Дар'я Володимірівна

Керівник: В.С. Татарінов, к.т.н., доцент

Дніпро

2020

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Економічна сутність маркетингової діяльності підприємства

1.2 Стратегічне управління маркетинговою діяльністю

1.3 Закордонний досвід стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ФІРМА «МЕБЛІ»

2.1 Особливості й економічний аналіз маркетингової діяльності ПрАТ «Фірма «Меблі»

2.2 Параметри ефективності маркетингової діяльності підприємства

2.3 Фактори, що впливають на ефективність управління маркетинговою діяльністю

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Рекомендації з оптимізації маркетингової діяльності

3.2 Стратегічний план підвищення ефективності маркетингової діяльності

АНОТАЦІЯ

Прошина Д.В. «Стратегічне управління ефективністю маркетингової діяльності підприємства»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ПрАТ «Фірма «Меблі» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення рекламної кампанії ПрАТ «Фірма «Меблі» за рахунок організаційних заходів та оптимізації маркетингової діяльності. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ПрАТ «Фірма «Меблі».

Ключові слова: комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингова політика, маркетингова стратегія.

S U M M A R Y

Proshina D. «Strategic Management of Marketing Effectiveness of Enterprise»

In the work the ways of improvement of marketing activity of the enterprise are offered. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of PJSC “Furniture Company” were presented and its financial condition was assessed. The analysis of management of marketing activity of the enterprise is carried out and proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the advertising campaign of PJSC “Firm“ Furniture ”at the expense of organizational measures and optimization of marketing activity is offered. Measures to increase the sales of PJSC Furniture Company are substantiated.

Keywords: marketing complex, marketing activity, marketing policy, marketing strategy.