

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

**на тему:**

### **«РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА ПІДПРИЄМСТВІ»**

Виконав: здобувач 4 курсу,

групи МГ-16 зс ск

Спеціальності 075 Маркетинг

Демченко Тетяна Едуардівна

Керівник: Курочкіна І.Г., к.е.н., доце  
нт

**Дніпро**

**2020**

## АНОТАЦІЯ

*Демченко Т.Е. Розробка програми просування нового товару на підприємстві.*

В кваліфікаційній роботі розглянуто особливості маркетингової стратегії просування нового товару на ринок, здійснено аналіз та оцінку існуючої системи просування нового товару, розроблено заходи з вдосконалення програми просування нового товару. На підставі стратегії диверсифікації поточних маркетингових комунікацій підприємства ПАТ «КЗЕЗУ» запропоновано заходи, спрямовані на підвищення ефективності діяльності.

**Ключові слова:** програми просування, напрямки вдосконалення, сегментування ринку, маркетинговий бюджет, аналіз ринку, економічна доцільність.

## SUMMARY

*Demchenko T.E. Development of a program to promote new products at the enterprise.*

The qualification work considers the features of the marketing strategy of promoting a new product on the market, analyzes and evaluates the existing system of promotion of a new product, developed measures to improve the program of promotion of a new product. Based on the strategy of diversification of current marketing communications of the enterprise PJSC "KZEZU" measures are proposed to improve the efficiency of activities.

**Keywords:** promotion programs, areas for improvement, market segmentation, marketing budget, market analysis, economic feasibility.

## ЗМІСТ

|                                                                                                             |                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| ВСТУП .....                                                                                                 | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК                             | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 1.1. Сутність і стратегічне значення розробки нового товару.....                                            | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 1.2. Особливості маркетингової стратегії просування нового товару на ринок.....                             | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 1.3. Робочий план програми просування нового товару на ринок: особливості його складання та зміст .....     | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| Висновки до розділу 1 .....                                                                                 | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОЦІНКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА ПАТ «КЗЕЗУ» ....                     | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 2.1. Загальна характеристика господарсько-фінансової та маркетингової діяльності компанії ПАТ «КЗЕЗУ» ..... | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 2.2. Аналіз та оцінка існуючої системи просування нового товару ....                                        | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство                                                                | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції                                                        | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 2.5. SWOT-аналіз.....                                                                                       | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| Висновки до розділу 2 .....                                                                                 | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА ПАТ «КЗЕЗУ» ....                       | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 3.1. Розробка заходів з вдосконалення програми просування нового товару .....                               | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |

3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів **Ошибка! Закладка не определена.**

3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів  
..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Висновки до розділу 3 ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

ВИСНОВКИ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ: **Ошибка!**        **Закладка**        **не определена.**