

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Оцінка та стратегія забезпечення
конкурентоспроможності підприємства»**

Виконав: здобувач 2 курсу

групи МГ-18вм

Спеціальності 075Маркетинг

Пархоменко Юлія Вікторівна

Керівник: Мостова А.Д., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи розробки маркетингової стратегії виходу міжнародної ІТ-компанії на ринок України, здійснено аналіз внутрішнього середовища, аналіз ринку, на якому діє підприємство «Google» та аналіз зовнішнього середовища. З урахуванням проблем й можливостей розробимо напрямки розвитку фірми. Зробимо аналіз макросередовища України щодо обґрунтування доцільності виходу компанії Google на ринок України. Та дамо рекомендації щодо реалізації маркетингової стратегії к Google на ринку України.

Ключові слова: міжнародна маркетингова стратегія, SWOT-аналіз підприємства, комплекс маркетингу, маркетинговий аналіз підприємства, PEST-аналіз, маркетингова стратегія.

SUMMARY

The qualification work deals with the theoretical and methodological foundations of developing a marketing strategy for launching an international IT company on the Ukrainian market, analyzing the internal environment, analyzing the market in which Google operates, and analyzing the external environment. Taking into account the problems and opportunities we will develop directions of development of the firm. Let's analyze the macro environment of Ukraine to justify the expediency of Google to enter the Ukrainian market and give recommendations on the implementation of marketing strategy to Google in the Ukrainian market.

Keywords: international marketing strategy, enterprise SWOT analysis, marketing complex, enterprise marketing analysis, PEST analysis, marketing strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та її місце в стратегічному управлінні сучасного підприємства

1.2. Методологічні основи визначення конкурентоспроможності підприємства

1.3. Стратегії підвищення конкурентоспроможності

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА І АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ ВОРОТА ЦЕНТР

2.1. Загальна характеристика підприємства та внутрішнє середовище підприємства

2.2. Аналіз мікросередовища

2.3. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз

2.4. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ВОРОТА ЦЕНТР »

3.1. Напрямки удосконалення управління конкурентоспроможністю в умовах маркетингової орієнтації підприємства

3.2. Участь у виставках як складова маркетингової діяльності

3.3. Рекомендації щодо вибору конкурентної стратегії підприємства ТОВ «Ворота Центр»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ