

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Вдосконалення маркетингової політики підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18 вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Ковтун Олексій Леонідович

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

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Ковтун О.Л. Вдосконалення товарної політики підприємства

Проблема збуту розв'язується вже на стадії розробки політики фірми. Здійснюється вибір найефективнішої системи, каналів і методів збуту стосовно певних ринків. Розробка збутової політики має на меті визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару, що припускає обґрунтований вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, орієнтованих на досягнення запланованих кінцевих результатів. Враховуючи дані аспекти, тема дипломної роботи є актуальною.

Мета дипломної роботи – це вивчення управління формуванням попиту і стимулюванням збуту на підприємстві.

Ключові слова: товарна політика, підприємство, політика фірми, методи, конкурентоспроможність, ринок.

SUMMARY

Kovtyn O. Improvement of the commodity policy of the enterprise

The problem of sales is solved at the stage of policy development of the company. Selection of the most effective system, channels and marketing methods for specific markets. Marketing policy development aims to determine the optimal directions and means necessary to ensure the highest efficiency of the sales process of the product, which implies a reasonable choice of organizational forms and methods of marketing activities, aimed at achieving the intended end results. Given these aspects, the topic of the thesis is relevant.

The purpose of the thesis is to study the management of demand generation and sales promotion at the enterprise.

Keywords: commodity policy, enterprise, firm policy, methods, competitiveness, market.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ПРОБЛЕМА ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	8
1.1 Теоретичні основи організації збутової діяльності	8
1.2 Збутова політика та її значення для успіху підприємства	15
1.3 Сутність комплексу маркетингових комунікацій та їх роль в системі	19
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНО-ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	37
2.1 Загальна техніко – економічна характеристика діяльності підприємства	37
2.2 Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства	45
2.3 Аналіз планування та організації проведення товарної політики	50
2.4. SWOT – аналіз та визначення основних напрямків вдосконалення діяльності підприємства	54
РОЗДІЛ 3 ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	59
3.1 Розробка товарно-збутової політики обраного підприємства	59
3.2 Практичні рекомендації щодо управління асортиментом і якістю товарів на обраному підприємстві	63
3.3 Шляхи покращення збутової діяльності обраного підприємства	66
ВИСНОВКИ	81
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ	88