

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему

**«РОЗРОБКА ЗАХОДІВ З УДОСКОНАЛЕННЯ
ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СЛУЖБИ
ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Скриль Яна Валентинівна

ПІБ

*Керівник Мостова Анастасія, д.е.н., доц.
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Скриль Я.В. Розробка заходів з удосконалення маркетингової служби підприємства

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи організації та контролю маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Бі-Трейд». З урахуванням специфіки продукції підприємства ТОВ «Бі-Трейд» та конкурентних умов запропоновано впровадження товарної моделі організації відділу маркетингу, рекомендовано проводити аналіз маркетингової діяльності за допомогою CRM-системи дозволяє більш ефективно здійснювати діяльність маркетингової служби, і як наслідок підвищити рівень продажів, оптимізувати процес продажів і закупівель, підвищити рівень обслуговування покупців, оскільки система дозволяє зберігати інформацію про існуючих покупців, додавати клієнтів, що знову з'явилися, в єдиній базі, аналізувати зростання покупців, регулювати бізнес процеси, і навіть аналізувати отримані результати маркетингових досліджень.

Ключові слова: маркетингова концепція управління підприємством, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, маркетинговий аудит, маркетинг організації, автоматизований маркетинг.

SUMMARY

Skryl Y.V. Development of visits to the improved marketing service of the business
In the qualification work of the bachelor, the theoretical and methodological foundations of the organization and control of the marketing activity of the enterprise are examined, the marketing analysis and marketing audit of the activity are developed, the recommendations are broken down on how to thoroughly organize the marketing activity LLC "Bi-Trade". In order to improve the specifics of the products of LLC "Bi-Trade" and competitive minds, it was recommended to promote the product model of the organization in the context of marketing, it is recommended to analyze the marketing activities for the help of the CRM-system, allowing more effective development activity of the marketing service, and as a result, increase the level of sales, optimize the sales process and purchaser, increase the level of service of purchasers, the system allows collecting information about essential purchasers, adding customers who have reappeared, in a single database, analyzing the growth of purchases, regulation evaluate business processes, and analyze the results of marketing results.

Keywords: marketing concept of business management, organization of business marketing activities, marketing complex, control of business marketing activities, business marketing analysis, marketing audit, organization marketing, marketing automation.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СЛУЖБИ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1 Сутність, функції та економічна роль маркетингової служби на підприємстві	8
1.2. Організація роботи маркетингової служби на підприємстві	11
1.3 Підходи до оцінки ефективності діяльності маркетингової служби	17
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СЛУЖБИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «БІ-ТРЕЙД»	24
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства ТОВ «БІ-ТРЕЙД»	24
2.2. Аналіз та оцінка маркетингової служби в контексті маркетингової діяльності підприємства	28
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство	30
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції	37
2.5. SWOT- аналіз	40
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СЛУЖБИ МАРКЕТИНГУ ТОВ «БІ-ТРЕЙД»	42
3.1. Розробка заходів з вдосконалення діяльності служби маркетингу	42
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	52
3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів	57
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66