

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Обґрунтування напрямків розвитку комплексу маркетингу підприємства»

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГкр-18 вв
Спеціальності 075 Маркетинг
Денісов Сергій Вячеславович
Керівник: Єфременко А. Г., к.е.н., доцент

Дніпро
2020

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Освітній рівень **магістр**

Спеціальність **075 «Маркетинг»**

Затверджую:

Зав. кафедри _____

Тараненко Ірина Всеволодівна

д.е.н., професор

*(підпис, прізвище, ім'я та по батькові,
науковий ступінь, вчене звання, посада)*

“02” вересня 2019 р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Денисову Сергію Вячеславовичу

прізвище, ім'я та по батькові

1. Тема роботи: «Обґрунтування напрямків розвитку комплексу маркетингу підприємства»

2. Керівник роботи Єфременко Аліна Григорівна, кандидат економічних наук, доцент

(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом від “ 02 ” вересня 2019 р., № 70-09-У

3. Термін здачі студентом закінченої роботи 15.01.2020 р.

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: Провести огляд ринку і аналіз маркетингового середовища ДП ДАК «Хліб України» ККХП з метою пошуку напрямів вдосконалення комплексу маркетингу, розробити рекомендації щодо вдосконалення комплексу маркетингу.

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

1. Теоретичні та методичні засади формування комплексу маркетингу на підприємстві

1.1. Комплекс маркетингу: поняття, сутність, моделі

1.2. Порівняння вітчизняних і передових зарубіжних технологій в області маркетингової діяльності

1.3. Оцінка результативності комплексу маркетингу підприємства: методичний аспект

2. Аналіз маркетингового середовища ДП ДАК «Хліб України» ККХП з метою пошуку шляхів вдосконалення комплексу маркетингу

2.1. Загальна характеристика ДП ДАК «Хліб України» ККХП та аналіз внутрішнього середовища

2.2. Огляд основних тенденцій ринку хлібопекарської галузі в Україні

2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства

2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

3. Рекомендації щодо вдосконалення функціонуючого комплексу маркетингу ДП ДАК «Хліб України» ККХП

3.1. Обґрунтування доцільності напрямків вдосконалення комплексу маркетингу підприємства на основі дослідження пріоритетів споживачів

3.2. Вдосконалення товарної політики ДП ДАК «Хліб України» ККХП

3.3. Удосконалення системи управління стимулюванням збуту на ДП ДАК «Хліб України» ККХП

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Єфременко А. Г., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
2	Єфременко А. Г., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
3	Єфременко А. Г., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>

7. Дата видачі завдання 02 вересня 2019 р.

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Розділ 1. Теоретичні та методичні засади формування комплексу маркетингу на підприємстві	01.10.2019	01.10.2019
2.	Розділ 2. Аналіз маркетингового середовища ДП ДАК «Хліб України» ККХП з метою пошуку шляхів вдосконалення комплексу маркетингу	30.10.2019	30.10.2019
3.	Розділ 3. Рекомендації щодо вдосконалення функціонуючого комплексу маркетингу ДП ДАК «Хліб України» ККХП	15.12.2019	15.12.2019
4.	Оформлення роботи	15.01.2020	15.01.2020

Здобувач _____ Денисов С. В.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Єфременко А. Г.

АНОТАЦІЯ

Денисов С. В. Обґрунтування напрямків розвитку комплексу маркетингу підприємства

У роботі досліджено теоретичні та методичні засади формування комплексу маркетингу підприємства; здійснено порівняння вітчизняних і передових зарубіжних технологій в області маркетингової діяльності; проаналізовано діяльність досліджуваного підприємства на предмет економічної стабільності з урахуванням впливу зовнішнього середовища; визначено особливості впливу макро та мікросередовища на ефективність функціонуючого комплексу маркетингу.

За підсумками дослідження були запропоновані практичні рекомендації щодо удосконалення комплексу маркетингу підприємства на основі покращення інструментів маркетингу, а саме товарного портфелю та збутової політики, що дозволить покращити фінансовий стан підприємства та зміцнити конкурентні позиції в швидкозмінюючому середовищі.

Ключові слова: комплекс маркетингу, конкуренти, маркетинг, товар, товарний портфель, товарна політика, цінова політика.

SUMMARY

Denisov S. Substantiation of directions of development of enterprise marketing complex

The theoretical and methodological bases of formation of the enterprise marketing complex are investigated; the comparison of domestic and advanced foreign technologies in the field of marketing activity; the activity of the investigated enterprise on the subject of economic stability is analyzed taking into account the influence of the external environment; features of the influence of macro and microenvironment on the effectiveness of a functioning marketing complex are determined.

Based on the results of the study, practical recommendations were made to improve the enterprise marketing complex based on the improvement of marketing tools, namely the product portfolio and marketing policy, which would improve the financial condition of the enterprise and strengthen its competitive position in a fast-changing environment.

Key words: marketing complex, competitors, marketing, commodity, commodity portfolio, commodity policy, price policy.

