

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

**на тему
Планування маркетингової діяльності підприємства**

**Виконав: здобувач ІV курсу, групи
МН-21-2**

Спеціальності 073 Менеджмент

Смірнов Г.К.

прізвище, ініціали

Керівник: Болгар Т.М.

Доктор економічних наук, професор

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Смірнов Г.К. Планування маркетингової діяльності підприємства.

У кваліфікаційній роботі здійснено всебічне дослідження планування маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «Придніпровський центр технічного діагностування» та виявлення шляхів підвищення ефективності цього процесу. Особливу увагу приділено аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства в умовах соціально-економічної нестабільності. На основі отриманих результатів проведено оцінку чинної системи маркетингового планування, розроблено заходи щодо її оптимізації, що включають вдосконалення стратегій та інструментів, адаптованих до нових умов ринку.

Крім того, запропоновано прогнози щодо результативності реалізації запропонованих заходів, що дозволить підвищити ефективність планування маркетингової діяльності та забезпечити підприємству стабільне місце на ринку. Робота також містить рекомендації щодо покращення організаційних та управлінських аспектів, що сприятимуть досягненню більш високого рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, ілюстрованих 15 таблицями та 4 рисунками, містить 44 літературних джерела і базується на фінансових та статистичних даних підприємства. Використано комплекс методів дослідження, включаючи аналіз, синтез, порівняння, а також статистичний аналіз для оцінки ефективності маркетингових стратегій.

Ключові слова: маркетингове планування, конкурентоспроможність, оптимізація, стратегія, інструменти маркетингу, підприємство, прогнозування.

SUMMARY

Smirnov H.K. Planning of marketing activities of the enterprise.

The qualification work carried out a comprehensive study of planning of marketing activities at the enterprise LLC "Prydniprovsky Center of Technical Diagnostics" and identified ways to increase the efficiency of this process. Particular attention was paid to the analysis of external and internal factors that affect the activities of the enterprise in conditions of socio-economic instability. Based on the results obtained, an assessment of the current marketing planning system was carried out, measures were developed for its optimization, which include improving strategies and tools adapted to new market conditions.

In addition, forecasts were offered regarding the effectiveness of the implementation of the proposed measures, which will increase the efficiency of marketing planning and provide the enterprise with a stable place in the market. The work also contains recommendations for improving organizational and managerial aspects that will contribute to achieving a higher level of competitiveness of the enterprise's products.

The qualification work consists of three sections, illustrated by 15 tables and 4 figures, contains 44 literary sources and is based on the financial and statistical data of the enterprise. A set of research methods was used, including analysis, synthesis, comparison, and statistical analysis to assess the effectiveness of marketing strategies.

Keywords: marketing planning, competitiveness, optimization, strategy, marketing tools, enterprise, forecasting.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1. Сутність планування маркетингової діяльності, його завдання і принципи	10
1.2. Основні види та етапи розробки маркетингових планів.....	17
Висновки до 1 розділу.....	25
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОВ «Придніпровський центр технічного діагностування»	26
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Придніпровський центр технічного діагностування».....	26
2.2. Дослідження факторів середовища функціонування підприємства.....	30
2.3. Аналіз та оцінка системи планування маркетингової діяльності на ТОВ «Придніпровський центр технічного діагностування».....	35
Висновки до 2 розділу.....	42
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОВ «Придніпровський центр технічного діагностування»	44
3.1. Заходи щодо оптимізації маркетингового планування на підприємстві.....	44
3.2. Прогнозування результативності запропонованих заходів.....	51
Висновки до 3 розділу.....	56
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	64