

ALFRED NOBEL UNIVERSITY
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING

BACHELOR'S THESIS

on the topic

**“MARKETING ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND
WAYS TO IMPROVE IT”**

Completed: 4th year student,
group MGengl-19

Speciality: 075 Marketing

code and title

Nahaitseva O.S

name and surname

Supervisor: Bilotkach I/A., PhD of
Economics, Associate Professor.

Dnipro, 2023

АНОТАЦІЯ

Нагайцева Ольга Сергіївна Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто сучасні підходи до сутності маркетингової діяльності та маркетингового управління на підприємстві, здійснено аналіз стан та дана оцінка маркетингової діяльності підприємства Symbol, розроблено шляхи вдосконалення маркетингового управління бізнесом мережі Symbol. З урахуванням специфіки продукції підприємства та конкурентних умов запропоновано виділення цільового сегменту для розробки комплексу сучасних маркетингових комунікацій на основі клієнтоорієнтованого підходу.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетингове управління підприємством, внутрішнє середовище, ринкова позиція, SWOT-аналіз.

SUMMARY

Nahaitsieva Olha Marketing activity of the enterprise and ways of its improvement

In the bachelor's qualification work, modern approaches to the essence of marketing activity and marketing management at the enterprise were considered, the state of the marketing activity of the Symbol enterprise was analyzed and evaluated, and ways of improving the marketing management of the Symbol network business were developed. Taking into account the specifics of the company's products and competitive conditions, it is proposed to select a target segment for the development of a complex of modern marketing communications based on a client-oriented approach.

Keywords: marketing activity, marketing management of the enterprise, internal environment, market position, SWOT analysis.

CONTENT

Introduction.....	6
CHAPTER 1. Modern Approaches to the Essence of Marketing Activity and Marketing Management in a Company.....	8
1.1. Definition and functions of a company's marketing activity.....	8
1.2. Evolution of Views on the Content of Marketing Management.....	14
1.3. Strategic Marketing Management by an Organization.....	18
CHAPTER 2. STATE AND EVALUATION OF SYMBOL COMPANY'S MARKETING ACTIVITIES.....	28
2.1. Diagnosis of the Internal Environment of the Company.....	28
2.2. Evaluation of Marketing Activities and Market Position of the Company.....	37
2.3. SWOT analysis of the researched company.....	47
CHAPTER 3. IMPROVING MARKETING MANAGEMENT IN THE SYMBOL NETWORK BUSINESS.....	51
3.1. Development of directions for improving the marketing activities of SYMBOL enterprise.....	51
3.2. Justification for the Implementation of the Proposed Measures.....	61
CONCLUSION.....	70
SOURCES and REFERENCES.....	75
APPENDIX.....	80