

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«Система маркетингових досліджень на підприємстві та шляхи її вдосконалення»

Виконав: здобувач 4 курсу,
групи МГ-16
Спеціальності 075 Маркетинг
Пасс Андрій Володимирович
Керівник: Шевченко В.М.,
к. держ. упр. доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Пасс А.В. Система маркетингових досліджень на підприємстві та шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретичні аспекти системи маркетингових досліджень на підприємстві СК «УНІКА», здійснено аналіз маркетингового середовища підприємства, розроблено рекомендації щодо удосконалення діяльності маркетингового департаменту підприємства. З урахуванням специфіки маркетингової діяльності СК «УНІКА», розроблено шляхи вдосконалення діяльності маркетингового департаменту даного підприємства.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетинговий департамент, вдосконалення.

SUMMARY

Pass A.V. The system of marketing research at the enterprise and ways to improve it.

In the qualification work of the bachelor the theoretical aspects of the system of marketing researches at the enterprise of IC "UNIKA" are considered, the analysis of the marketing environment of the enterprise is carried out, recommendations on improvement of activity of marketing department of the enterprise are developed. Taking into account the specifics of the marketing activities of UNICA Insurance Company, ways to improve the activities of the marketing department of this company have been developed.

Keywords: marketing service, marketing department, improvement.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	9
1.1. Маркетингові дослідження – суть та необхідність проведення.....	9
1.2. Загальні підходи до формування системи маркетингових досліджень підприємства.....	20
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В СК «УНІКА».....	30
2.1. Характеристика основної діяльності СК «УНІКА».....	30
2.2. Аналіз основних проблем в організації маркетингових досліджень СК «УНІКА».....	37
2.3. Аналіз ринку страхових послуг.....	43
2.4. Сегментування ринку та позиціювання продукції СК «УНІКА».....	50
2.5 SWOT-аналіз.....	55
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СК«УНІКА».....	57
3.1 Шляхи вдосконалення системи маркетингових досліджень у СК «УНІКА».....	57
3.2. Розробка заходів щодо впровадження системи маркетингових досліджень у СК «УНІКА».....	64
3.3 Економічна доцільність (очікуваний ефект) та результат запропонованих заходів.....	69
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77