

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ - 18м
Спеціальності 075 Маркетинг
Летвищенко Ілля Андрійович
Керівник: Курочкіна І.Г.,
канд. екон. наук, доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Летвищенко І.А. «Управління маркетинговою діяльністю підприємства»

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних аспектів маркетингової діяльності підприємства СТО "Радон". Розглянуто теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю. Проаналізоване маркетингове середовище СТО "Радон". Представлені напрями вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства. В процесі роботи зроблено висновки та пропозиції щодо обґрунтування напрямків вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства СТО "Радон". Результати розробок можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності підприємства.

Ключові слова: ринок, управління, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, споживачі, маркетингове просування.

SUMMARY

Letvyshchenko LA. "Measures to improve the marketing management of the enterprise"

The Master's thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical aspects of marketing management for the STO "RADON". The theoretical bases of marketing management are considered. The marketing environment of STO "RADON" is analyzed. The directions of improvement of marketing management of the enterprise are presented. The conclusions and suggestions were made on the context of improving the marketing management of STO "RADON". The results can be used in practical marketing activities of the enterprise.

Keywords: market, management, marketing activity, competitiveness, consumers, marketing promotion.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Концепції управління маркетингом	9
1.2. Стратегічне планування маркетингу	17
1.3. Принципи управління комплексом маркетингу підприємства	26
1.4. Контроль та управління маркетинговою діяльністю підприємства	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА СТО «РАДОН»	38
2.1. Аналіз господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства	42
2.2. Огляд основних тенденцій ринку автосервісних послуг	46
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища	51
2.3.1. Аналіз мікросередовища	51
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	55
2.4. SWOT-аналіз	57
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СТО «РАДОН»	59
3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів послуг з мототюнінгу та обґрунтування доцільності запровадження нової послуги	59
3.2. Просування нової послуги з мототюнінгу та визначення ефективності маркетингових заходів	69
ВИСНОВКИ	77
ДОДАТКИ	79
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82