

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ
МАРКЕТИНГУ ТА НАПРЯМКИ ЗРОСТАННЯ ЇЇ
ЕФЕКТИВНОСТІ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-20-1

Спеціальності 075 Маркетинг: реклама та
бізнес комунікації

шифр і назва

Бойко Яна Василівна

ПІБ

Керівник: Стрельченко І.І., д.е.н., доц.
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Бойко Я.В. Діяльність підприємства у сфері маркетингу та напрямки зростання її ефективності.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи діяльності маркетингу та напрямки зростання її ефективності, здійснено аналіз поточного стану маркетингової діяльності ТОВ “Простудіо”, розроблено рекомендації щодо напрямків покращення ефективності маркетингової діяльності ТОВ “Простудіо”. З урахуванням проведеного маркетингового дослідження та специфіки послуг компанії запропоновано вихід ТОВ “Простудіо” на новий Азійський ринок, що сприятиме підвищенню результативності маркетингу компанії.

Ключові слова: маркетингова діяльність, аналіз структури маркетингу, зростання ефективності, маркетингова стратегія, ринок.

SUMMARY

Boiko Y.V. The company's activities in the field of marketing and directions of growth of its efficiency.

The bachelor's qualification paper considered the theoretical and methodological foundations of marketing activity and directions for increasing its effectiveness, analyzed the current state of marketing activities of Prostudio LLC, developed recommendations for improving the effectiveness of marketing activities of Prostudio LLC. Taking into account the conducted marketing research and the specifics of the company's services, it is proposed that "Prostudio" LLC enter the new Asian market, which will contribute to increasing the effectiveness of the company's marketing.

Keywords: marketing activity, analysis of the structure of marketing, growth of efficiency, marketing strategy, market.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ	
1.1. Маркетинг в системі покращення діяльності підприємства: основні поняття, функції та принципи маркетингу	8
1.2. Маркетингові стратегії та їх вплив на діяльність підприємства	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПРОСТУДІО»	
2.1. Історія та основні досягнення підприємства ТОВ «Простудіо» в сфері маркетингу	20
2.2. Аналіз поточної маркетингової стратегії підприємства ТОВ «Простудіо»	23
2.3. Аналіз ринкової позиції підприємства	25
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПРОСТУДІО»	
3.1. Маркетингове дослідження серед споживачів підприємства ТОВ «Простудіо»	36
3.2. Рекомендації щодо розвитку маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Простудіо»	42
3.3. Напрямки зростання ефективності маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Простудіо»	50
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Марченко С. М. Маркетинг : навч. посіб. Київ : 2006. 5 с.
2. Історія появи і розвитку маркетингу. URL: <https://shalabodin.com/istoriya-poyavy-i-rozvytku-marketyngu/>
3. Разінькова М. Ю. Основні концепції маркетингової діяльності. Харків : 2017. 1 с.
4. Як визначити цільову аудиторію. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/>
5. Верблюд С. В. Лекція №5: Сегментування ринку : конспект лекцій. Новомосковськ : НФККЕП.
6. Олексенко Р. І., Краскова І. О., Поліщук М. М. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання : електронний журнал. Мелітополь, 2011. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=777>
7. Принципи маркетингової діяльності. URL: <https://studfile.net/preview/5774481/page:4/>
8. Криштопа М. В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання : стаття. Вінниця : 2017. 157 с.
9. Сак Т., Лавринчук Б. Стратегії ціноутворення в системі маркетингу підприємств : Луцьк, 2020. 708 с.
10. Багорка М. О., Білоткач І. А. SWOT-аналіз як основа формування маркетингових стратегій підприємств. Дніпро : 2010. 19 с.
11. Lustre: кейси. URL: <https://lustre.ua/ua/#cases>
12. ТОП-найкращих креативних агенцій України: проста правда- велика ідея. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/top-najkrashhih-kreativnih-agentstv-ukra%D1%97ni-prosta-pravda-velika-ideya/>
13. Перцепційна карта: суть та використання у маркетингу. URL: <https://ru.essays.club/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5->

https://www.instagram.com/lustre_art_group?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==

14. Lustre

URL:

https://www.instagram.com/lustre_art_group?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==

15. Ideogram. URL: <https://ideogram.ai/t/top/1>

16. Поліщук Є. А., Іващенко А. І. Методика розрахунку ключових показників ефективності (КПІ) використання різних фінансово-кредитних інструментів підприємств мсб : електронне видання. Київ : 2019.