

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Комплекс маркетингу підприємства та шляхи його вдосконалення»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Левченко К.О.

Керівник: П.І Сокурєнко, к.е.н., доцент

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Левченко К.О. «Комплекс маркетингу підприємства та шляхи його вдосконалення»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення маркетингової політики підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Бумеранг» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення рекламної кампанії ТОВ «Бумеранг» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ТОВ «Бумеранг».

Ключові слова: комплекс маркетингу, маркетингова політика, маркетингова стратегія.

S U M M A R Y

Levchenko K «Enterprise marketing complex and ways of its improvement»

The paper proposes ways to improve the enterprise marketing policy. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of Boomerang LLC were presented and its financial condition assessed. The analysis of management of marketing activity of the enterprise is carried out and proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the advertising campaign of Boomerang LLC at the expense of organizational measures and staff motivation is proposed. Measures to increase the sales volume of Boomerang LLC are substantiated.

Keywords: marketing complex, marketing policy, marketing strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Основні підходи до визначення комплексу маркетингу на промисловому підприємстві.....	9
1.2. Сутність поняття «маркетинг – мікс» та характеристика його елементів.....	18
1.3. Методичний інструментарій для аналізу елементів комплексу маркетингу на промисловому підприємстві.....	23
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «БУМЕРАНГ».....	29
2.1. Характеристика внутрішніх факторів підприємства ТОВ «Бумеранг»..	29
2.2. Аналіз зовнішнього середовища підприємства.....	37
2.3. SWOT – аналіз та оцінка маркетингового комплексу підприємства.....	45
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ТОВ «БУМЕРАНГ».....	69
3.1. Пропозиції щодо підвищення ефективності маркетингового комплексу ТОВ «Бумеранг».....	69
3.2. Напрями підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Бумеранг» на ринку меблів.....	77
ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89
ДОДАТКИ	

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Конкурентоспроможність підприємства та
основні напрямки її підвищення»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Литвинчук Тетяна Федорівна

Керівник: В.С. Татарінов, к.т.н., доцент

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Литвинчук Т.Ф. «Конкурентоспроможність підприємства та основні напрямки її підвищення»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Бонапарт» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління конкурентоспроможністю ТОВ «Бонапарт» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Бонапарт» за рахунок організаційних заходів та розширення пропозицій на ринку ресторанного бізнесу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ТОВ «Бонапарт».

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс, диференціація.

S U M M A R Y

Litvinchuk T. «Competitiveness of the enterprise and main directions of its improvement»

In the work the ways of improvement of marketing activity of the enterprise are offered. Theoretical aspects of enterprise competitiveness management are investigated. The general organizational characteristic of Bonaparte LLC was presented and its financial condition was assessed. The analysis of the competitiveness management of Bonaparte LLC was carried out and proposals for improvement of this process were developed. Improvement of marketing activity of Bonaparte LLC is proposed due to organizational measures and expansion of offers in the restaurant business market. Measures to increase the sales volume of Bonaparte LLC are justified.

Keywords: competitiveness, marketing, advertising campaign, marketing mix, differentiation.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

1.1 Поняття і умови виникнення конкуренції

1.2 Види конкуренції

1.3 Конкурентне середовище - середовище повсякденного життя підприємства

РОЗДІЛ 2 ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1 Сучасний стан конкуренції ресторанного бізнесу в м. Полтава

2.2 Аналіз внутрішнього маркетингового середовища мережі ТОВ «Бонапарт»

2.3 SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ ТОВ «Бонапарт»

3.1 Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Бонапарт»

3.2 Стратегія диференціації

3.3 Розробка заходів спрямованих на підвищення конкурентоспроможності мережі ресторанів ТОВ «Бонапарт»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
на тему
**«Планування маркетингової діяльності
підприємства»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Макаренко А.В

Керівник: П.І Сокурєнко, к.е.н., доцент

Дніпро

2020

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття маркетингової програми

1.2. Основні складові маркетингової політики

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Аналіз ринку господарювання об'єкта дослідження та економічна характеристика підприємства

2.2. Оцінка зовнішніх та внутрішніх факторів діяльності підприємства

2.3. SWOT - аналіз та оцінка маркетингової програми підприємства

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Розробка маркетингової стратегії діяльності підприємства

3.2. Розрахунок економічної ефективності маркетингової стратегії

3.3. Розробка рекомендацій по вдосконаленню діяльності підприємства

АНОТАЦІЯ

Макаренко А.В. «Планування маркетингової діяльності підприємства»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ПП «Казка» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення рекламної кампанії ПП «Казка» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ПП «Казка».

Ключові слова: комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингова політика, маркетингова стратегія.

S U M M A R Y

Makarenko A «Planning of marketing of enterprise»

In the work the ways of improvement of marketing activity of the enterprise are offered. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The overall organizational characteristics of PE "Kazka" were presented and its financial condition was assessed. The analysis of management of marketing activity of the enterprise is carried out and proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the advertising campaign of PE "Kazka" is proposed due to organizational measures and motivation of the staff. Measures to increase the sales volume of PE «Kazka» are substantiated.

Keywords: marketing complex, marketing activity, marketing policy, marketing strategy.

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Управління ціновою політикою підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Мінасенко Д.В.

Керівник: А.Г.Єфременко, к.е.н., доцент

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Мінасенко Д.В. «Управління ціновою політикою підприємства»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення цінової політики підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ПрАТ «Ліктрави» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення цінової політики ПрАТ «Ліктрави» за рахунок організаційних заходів та таргет-костингу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ПрАТ «Ліктрави».

Ключові слова: цінова політика, комплекс маркетингу, маркетингова політика, маркетингова стратегія.

S U M M A R Y

Minasenko D. «Management of enterprise price policy»

The paper proposes ways to improve the enterprise pricing policy. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of PJSC “Lictravi” were presented and its financial condition was assessed. The analysis of management of marketing activity of the enterprise is carried out and proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the pricing policy of PJSC “Lictravi” at the expense of organizational measures and target-costing is offered. Measures to increase the sales volume of PJSC Lictravi are substantiated.

Keywords: pricing policy, marketing complex, marketing policy, marketing strategy.

ВСТУП **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

.....**Ошибка! Закладка не определена.**

1.1. Встановлення задач ціноутворення**Ошибка! Закладка не определена.**

1.2. Фактори, що впливають на ціноутворення ... **Ошибка! Закладка не определена.**

1.3. Розробка стратегії ціноутворення**Ошибка! Закладка не определена.**

1.4. Особливості цінової політики на зовнішньому ринку**Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПрАТ «ЛІКТРАВИ»**Ошибка! Закладка не определена.**

2.1. Організаційно економічні умови господарської діяльності підприємства
.....**Ошибка! Закладка не определена.**

2.2. Зовнішньоекономічна діяльність ПрАТ «Ліктрави»**Ошибка! Закладка не определена.**

2.3. Цінова стратегія підприємства ПрАТ «Ліктрави»**Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....**Ошибка! Закладка не определена.**

3.1. Формування системи знижок....**Ошибка! Закладка не определена.**

3.2. Таргет - костинг – як метод удосконалення процесу ціноутворення
.....**Ошибка! Закладка не определена.**

3.3. Маркетингові підходи щодо удосконалення розподілу продукції на підприємстві.....**Ошибка! Закладка не определена.**

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....**Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ДОДАТКИ

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Підвищення ефективності маркетингової
діяльності компанії»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18д

Спеціальності 075 Маркетинг

Мороз Юлія Юріївна

Керівник: Татарінов В.В., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 1.1 Особливості маркетингової діяльності на підприємствах
- 1.2 Ефективність маркетингової діяльності підприємства
- 1.3 Методика оцінки ефективності маркетингу

РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «Центр»

- 2.1 Аналіз техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Центр» в та аналіз внутрішнього середовища
- 2.2 Огляд основних тенденцій ринку нафтопродуктів
- 2.3 Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства
- 2.4 SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «Центр»

- 3.1 Реструктуризація служби маркетингу підприємства
- 3.2 Впровадження концепції стратегічного планування маркетингу

АНОТАЦІЯ

Мороз Ю.Ю. «Підвищення ефективності маркетингової діяльності компанії»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення рекламної кампанії підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Центр» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Центр» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення просування послуг з використанням прямих продажів ТОВ «Центр» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ТОВ «Центр».

Ключові слова: маркетингова діяльність, планування маркетингу, рекламна кампанія.

SUMMARY

Moroz Yu. «Increasing the effectiveness of marketing activities of the company»

The paper proposes ways to improve the company's advertising campaign. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristic of Center LLC was presented and its financial condition was assessed. The analysis of the management of marketing activities of LLC Center was made and proposals for improvement of this process were developed. Improvement of promotion of services with use of direct sales of Center LLC at the expense of organizational measures and staff motivation is suggested. Measures to increase the sales of Center LLC are substantiated.

Keywords: marketing, marketing planning, advertising campaign.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
на тему

**«Управління маркетинговою діяльністю
підприємства та шляхи її вдосконалення»**

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Недашковська Ольга Іванівна

Керівник: Гноєвий В.Г., к.е.н., доцент

Дніпро

2020

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Концепції і процес управління маркетинговою діяльністю

1.2 Організаційна структура маркетингових служб

1.3 Планування маркетингової діяльності підприємства

РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КРОКУС»

2.1 Характеристика підприємства ТОВ «Крокус»

2.2 Економічний аналіз господарської і фінансової діяльності ТОВ «Крокус»

2.3 Загальна характеристика організаційної структури ТОВ «Крокус» та організаційна структура і характеристика діяльності служби маркетингу

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КРОКУС»

3.1 Аналіз конкурентного середовища досліджуваного підприємства

3.2 Планування рекламної кампанії підприємства у мережі Інтернет

3.3 Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності підприємства та розробка напрямків підвищення ефективності управління цією роботою в ТОВ «Крокус»

А Н О Т А Ц І Я

Недашковська О.І. «Управління маркетинговою діяльністю підприємства та шляхи його вдосконалення»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Крокус» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення рекламної кампанії ТОВ «Крокус» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити конкурентоспроможність ТОВ «Крокус».

Ключові слова: комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингова політика, маркетингова стратегія.

S U M M A R Y

Nedashkovskaya OI «Management of marketing activity of the enterprise and ways of its improvement»

In the work the ways of improvement of marketing activity of the enterprise are offered. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristic of Crocus LLC was presented and its financial condition was assessed. The analysis of management of marketing activity of the enterprise is carried out and proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the advertising campaign of Crocus LLC due to organizational measures and motivation of the personnel is offered. Measures to increase the competitiveness of Crocus LLC are substantiated.

Keywords: marketing complex, marketing activity, marketing policy, marketing strategy.

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Стратегічне управління ефективністю
маркетингової діяльності підприємства»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Прошина Дар'я Володимирівна

Керівник: В.С. Татарінов, к.т.н., доцент

Дніпро

2020

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Економічна сутність маркетингової діяльності підприємства

1.2 Стратегічне управління маркетинговою діяльністю

1.3 Закордонний досвід стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ФІРМА «МЕБЛІ»

2.1 Особливості й економічний аналіз маркетингової діяльності ПрАТ «Фірма «Меблі»

2.2 Параметри ефективності маркетингової діяльності підприємства

2.3 Фактори, що впливають на ефективність управління маркетинговою діяльністю

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Рекомендації з оптимізації маркетингової діяльності

3.2 Стратегічний план підвищення ефективності маркетингової діяльності.....

А Н О Т А Ц І Я

Прошина Д.В. «Стратегічне управління ефективністю маркетингової діяльності підприємства»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ПрАТ «Фірма «Меблі» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення рекламної кампанії ПрАТ «Фірма «Меблі» за рахунок організаційних заходів та оптимізації маркетингової діяльності. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ПрАТ «Фірма «Меблі».

Ключові слова: комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингова політика, маркетингова стратегія.

S U M M A R Y

Proshina D. «Strategic Management of Marketing Effectiveness of Enterprise»

In the work the ways of improvement of marketing activity of the enterprise are offered. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of PJSC “Furniture Company”

were presented and its financial condition was assessed. The analysis of management of marketing activity of the enterprise is carried out and proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the advertising campaign of PJSC “Firm“ Furniture ”at the expense of organizational measures and optimization of marketing activity is offered. Measures to increase the sales of PJSC Furniture Company are substantiated.

Keywords: marketing complex, marketing activity, marketing policy, marketing strategy.

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18д

Спеціальності 075 Маркетинг

Рябка Поліна Сергіївна

Керівник: Татарінов В.В., к.е.н., доцент

Дніпро
2020

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Теоретична спадщина сучасних маркетингових комунікацій

1.2. Суть маркетингових комунікацій і управління просуванням товарів

1.3. Стимулювання збуту: теорія, практика і перспективи

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПрАТ «АГРОКОНТРАКТ»

2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Агроконтракт» та показників його діяльності

2.2. Аналіз внутрішнього середовища ПрАТ «Агроконтракт»

2.3. Дослідження маркетингових комунікацій ПрАТ «Агроконтракт»

2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПрАТ «АГРОКОНТРАКТ»

3.1. Формування ефективної програми просування товарів

3.2. Розробка управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності комплексу маркетингових комунікацій ПрАТ «Агроконтракт»

АНОТАЦІЯ

Рябка П.С. «Формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства»

В роботі запропоновано шляхи формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ПрАТ «Агроконтракт» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю ПрАТ «Агроконтракт» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення формуванням комплексу маркетингових комунікацій підприємства ПрАТ «Агроконтракт» за рахунок організаційних заходів та програми просування товару. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми прямих продажів ПрАТ «Агроконтракт».

Ключові слова: маркетинг, маркетинговий комплекс, просування товару.

SUMMARY

Ryabka P. «Formation of complex of marketing communications of the enterprise»

The ways of formation of complex of marketing communications of the enterprise are offered in the work. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of PJSC “Agrocontract” were presented and its financial condition was assessed. The analysis of the marketing activity management of PJSC “Agrocontract” was carried out and the proposals for improvement of this process were developed. Improvement of formation of marketing communications complex of PJSC "Agrocontract" at the expense of organizational measures and program of goods promotion is offered. Measures to increase the direct sales of PJSC "Agrocontract" are substantiated.

Keywords: marketing, marketing complex, product promotion.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Управління конкурентоспроможністю підприємства та напрями його підвищення»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Сапа Наталія Володимирівна

Керівник: Татарінов В.С., к.т.н., доцент

Дніпро

2020

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

РОЗДІЛ 1 УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

1.1 Конкурентоспроможність підприємства: сутність і актуальність в умовах ринкової економіки

1.2 Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємств

РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Діагностика системи управління підприємством

2.2 Моніторинг конкурентного середовища підприємства

2.3 SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Комплексна система управління конкурентоспроможністю підприємства на основі маркетингу

3.2 Стратегічний підхід до вдосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства

А Н О Т А Ц І Я

Сапа Н.В. «Управління конкурентоспроможністю підприємства та напрямки його підвищення»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Перший віконний маркет» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління конкурентоспроможністю ТОВ «Перший віконний маркет» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Перший віконний маркет» за рахунок організаційних заходів та розширення пропозицій на ринку віконного бізнесу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ТОВ «Перший віконний маркет».

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс, диференціація.

S U M M A R Y

Sapa N «Management of enterprise competitiveness and directions of its increase»

The ways of improving the enterprise competitiveness management are proposed in the paper. Theoretical aspects of enterprise competitiveness management are investigated. The general organizational characteristics of the First Window Market LLC were

presented and its financial condition assessed. The analysis of the competitiveness management of the First Window Market LLC was carried out and the proposals for improvement of this process were developed. Improvement of marketing activity of LLC "First Window Market" is offered at the expense of organizational measures and expansion of offers in the market of window business. Measures to increase the sales volume of First Window LLC are substantiated.

Keywords: competitiveness, marketing, advertising campaign, marketing mix, differentiation.

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Формування системи персональних продажів на підприємстві»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18д

Спеціальності 075 Маркетинг

Тимошенко Світлана Анатоліївна

Керівник: Татарінов В.В., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПЕРСОНАЛЬНИХ ПРОДАЖІВ

1.1 Сутність персональних продажів, їх форми та особливості

1.2 Управління персональним продажем

1.3 Головні складові процесу персонального продажу

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ТОВ «ВІТАЛ ПРЕС»

2.1 Загальна характеристика підприємства

2.2 Маркетинговий аналіз ринку ТОВ «Вітал-Прес»

2.3 Аналіз збутової та маркетингової діяльності ТОВ «Вітал-Прес»

РОЗДІЛ 3 ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ПРЯМИХ ПРОДАЖІВ НА ТОВ. «ВІТАЛ-ПРЕС»

3.1 Заходи щодо підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «Вітал-Прес»

3.2 Заходи щодо підвищення ефективності формування системи прямих продажів ТОВ «Вітал-Прес» та їх ефективність

А Н О Т А Ц І Я

Тимошенко С.А. «Формування системи персональних продажів на підприємстві»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення рекламної кампанії підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Вітал прес» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Вітал прес» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення просування послуг з використанням прямих продажів ТОВ «Вітал прес» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми прямих продажів ТОВ «Вітал прес».

Ключові слова: маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс.

SUMMARY

Tymoshenko S. «Formation of system of personal sales at the enterprise»

The paper proposes ways to improve the company's advertising campaign. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of Vital Press LLC were presented and its financial condition assessed. An analysis of the management of marketing activities of Vital Press LLC was made and proposals were made to improve this process. Improvement of promotion of services with the use of direct sales of Vital Press LLC at the expense of organizational measures and staff motivation is offered. Measures to increase the direct sales of Vital Press LLC are justified.

Keywords: marketing, advertising campaign, marketing mix.

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Аналіз маркетингової діяльності підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Шакіров Карім Валіахмедінович

Керівник Татарінов: В.С., к.т.н., доцент

Дніпро

2020

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ

1.1 Сутність, принципи та функції маркетингу

1.2 Сучасні концепції розвитку маркетингу

1.3 Особливості маркетингової діяльності на підприємстві поштового зв'язку

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

2.1 Організаційно - економічна характеристика підприємства УДППЗ «Укрпошта»

2.2 Дослідження діючої маркетингової концепції на УДППЗ «Укрпошта»

2.3 Маркетингове дослідження попиту поштових послуг УДППЗ «Укрпошта»

РОЗДІЛ 3 РЕФОРМУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА УДППЗ «УКРПОШТА» НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ

3.1 Обґрунтування доцільності впровадження концепції маркетингу на підприємстві УДППЗ «Укрпошта»

3.2 Методичні рекомендації з процесу реформування діяльності УДППЗ «Укрпошта»

3.3 Удосконалення маркетингової цінової політики на УДППЗ «Укрпошта»

А Н О Т А Ц І Я

Шакіров К.В. «Аналіз маркетингової діяльності підприємства»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику УДППЗ «Укрпошта» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю УДППЗ «Укрпошта» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення маркетингової діяльності УДППЗ «Укрпошта» за рахунок організаційних заходів та розширення пропозицій на ринку поштового бізнесу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів УДППЗ «Укрпошта».

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс, диференціація.

S U M M A R Y

Shakirov K. «Analysis of marketing activity of the enterprise»

In the work the ways of improvement of management of marketing activity of the enterprise are offered. Theoretical aspects of enterprise competitiveness management are investigated. The general organizational characteristic of UkrPoshta UDPPP was presented and its financial condition was assessed. The analysis of the marketing activity management of the UkrPoshta UDPPZ is carried out and the proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the marketing activity of UkrPoshta UDPPP is proposed due to organizational measures and expansion of offers in the postal business market. Measures to increase sales of UkrPoshta are justified.

Keywords: competitiveness, marketing, advertising campaign, marketing mix, differentiation.