

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Маркетинговий комплекс підприємства та шляхи його вдосконалення»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18 вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Федьора Сергій Сергійович

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ *

Федьора С.С. Маркетинговий комплекс підприємства та шляхи його вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто сутність, основні завдання та функції маркетингової діяльності та досліджено процесність маркетингового планування, як одного з основних елементів маркетингової діяльності. Надано організаційну характеристику та досліджено ринкові позиції підприємства, проведено аналіз показників господарської діяльності підприємства ТОВ «Технічні інженерні системи», оцінено якість маркетингової політики підприємства та її недоліки в сучасних реаліях ринку. Було розроблено заходи з диференціації товарної політики та визначити її економічну ефективність, розроблено моделі цінової поведінки ТОВ «Технічні інженерні системи» та визначено напрямки посилення рекламної діяльності із стимулювання збуту.

Ключові слова: комплекс маркетингу, рекламна діяльність, стимулювання збуту, товарна політика, цінові зміни, аналіз ринку, маркетингове середовище.

SUMMARY

Fed'ora S.S. Enterprise marketing complex and ways of its improvement.

The qualification work considers the essence, main tasks and functions of marketing activity and investigates the process of marketing planning as one of the main elements of marketing activity. The organizational characteristics and the market positions of the enterprise have been given, the indicators of economic performance of the enterprise Technical Engineering Systems LLC have been analyzed, the quality of the enterprise marketing policy and its shortcomings in the modern market realities have been evaluated. Measures were taken to differentiate commodity policy and determine its cost-effectiveness, the price behavior models of Technical Engineering Systems LLC were developed, and directions for strengthening advertising activities for sales promotion were identified.

Keywords: marketing complex, advertising activity, sales promotion, commodity policy, price changes, market analysis, marketing environment.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	9
1.1. Сутність, основні завдання та функції маркетингового комплексу підприємства	9
1.2. Маркетингове планування, як фактор забезпечення маркетингового комплексу підприємства	18
1.3. Впровадження маркетингової стратегії в діяльність підприємства	26
Розділ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТЕХНІЧНІ ІНЖЕНЕРНІ СИСТЕМИ» НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ	34
2.1. Організаційна характеристика та ринкові позиції підприємства	34
2.2. Аналіз показників господарської діяльності підприємства ТОВ «Технічні інженерні системи»	48
2.3. Маркетинговий комплекс підприємства та його недоліки в сучасних реаліях ринку	60
Розділ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТЕХНІЧНІ ІНЖЕНЕРНІ СИСТЕМИ»	71
3.1. Розробка заходів з диференціації товарної політики та визначення її економічної ефективності	71
3.2. Розробка оновленої моделі цінової поведінки підприємства в умовах українського ринку сільськогосподарської техніки	75
3.3. Визначення напрямків посилення рекламної діяльності та просування продукції	81
ВИСНОВКИ	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	99
ДОДАТКИ	104