

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи Мгр19-2
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Чиньонова Поліна Євгенівна

ПІБ

Керівник:

к.е.н., доц. Овчаренко Ольга Вікторівна

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2023

АНОТАЦІЯ

Чиньонова П.Є. Особливості маркетингової діяльності підприємства в умовах глобалізації та цифровізації

У дипломній роботі розглянуті теоретичні аспекти маркетингової діяльності в умовах глобалізації та цифровізації та розробки маркетингової стратегії підприємства, проаналізовано ринок, внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, що випускає органічну косметику під торговою маркою «Weleda». На основі аналізу була сформульована місія компанії та визначені маркетингові цілі, для досягнення яких була розроблена стратегія і ряд маркетингових заходів. Використання обраних елементів маркетингової стратегії дозволить підприємству досягти намічених цілей у середньостроковій перспективі.

Ключові слова: маркетингова діяльність, глобалізація, цифровізація, місія компанії, маркетингові цілі, аналіз внутрішнього середовища підприємства.

SUMMARY

Chynonova P.Y. Peculiarities of marketing activity of the enterprise under of globalisation and digitalization.

The thesis examines the theoretical aspects of marketing activity in the conditions of globalization and digitalisation and the development of the company's marketing strategy, analyzes the market, the internal and external environment of the company that produces organic cosmetics under the "Weleda" brand. Based on the analysis, the company's mission was formulated and marketing goals were defined, to achieve which a strategy and a number of marketing measures were developed. The use of selected elements of the marketing strategy will allow the enterprise to achieve its intended goals in the medium term.

Keywords: international marketing activity, globalization, digitalization, company mission, marketing goals, analysis of the internal environment of the enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1	10
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	10
1.1.Поняття та сутність маркетингової діяльності.....	10
1.2.Місце міжнародної маркетингової діяльності та цифровізації в структурі підприємства	16
1.3.Функції та стратегії маркетингової діяльності підприємства в умовах глобалізації.....	22
РОЗДІЛ 2	30
АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА «WELEDA» З МЕТОЮ ОЦІНКИ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	30
2.1.Характеристика діяльності та внутрішнього середовища підприємства «Weleda».....	31
2.2. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства, конкурентний аналіз.....	35
2.3. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства ...	41
РОЗДІЛ 3	49
РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	49
3.1.Вибір місії й формулювання маркетингових цілей	49
3.2.Сегментування ринку та позиціонування товару	53
3.3. Вибір і обґрунтування маркетингової стратегії підприємства.....	62
3.4. Заходи з впровадження маркетингової стратегії в діяльність підприємства та очікувані результати	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79