

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи МГ-18м
Спеціальності 075 Маркетинг

Карп Сергій Станіславович

Керівник: Шевченко В.М., кдерж.упр.,

доц.

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Карп С.С. Маркетингова діяльність підприємства і шляхи її вдосконалення

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації контролю маркетингової діяльності і шляхи її вдосконалення, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності підприємства «Вільюта». З урахуванням специфіки продукції підприємства «Вільюта» та конкурентних умов запропоновано вдосконалення товарної моделі організації відділу маркетингу, Інтернет комерції підприємства та робота з накопиченою клієнтською базою, що надасть фінансовий стимул для розвитку та сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства «Вільюта» на ринку.

Ключові слова: маркетингова діяльність, комплекс маркетингу, маркетинговий аудит, Інтернет просування.

SUMMARY

Karp S.S. Organization and control of the enterprise marketing activities

In master's thesis the theoretical and methodological basis for the organization and control of the marketing of the company, carried out market analysis and marketing audit of the company, to develop recommendations for improving the organization of marketing activities of the company "Viluta". Given the nature of production enterprise "Viluta" and suggested the introduction of competition commodity model organization of marketing, it is recommended to improve the product model of organization of marketing department, Internet commerce of the enterprise and work with the accumulated customer base which will increase the competitiveness of enterprises "Viluta" in the market.

Keywords: marketing activities, marketing complex, marketing audit, online promotion.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА КОНТРОЛЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	9
1.1. Маркетингова концепція управління підприємством	9
1.2. Організація маркетингової діяльності підприємства	13
1.3. Контроль маркетингової діяльності підприємства	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ ПКФ «Вілюта»	34
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства ТОВ ПКФ «Вілюта»	34
2.2. Аналіз мікросередовища	49
2.3. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	57
2.4. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства	64
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ ПКФ «Вілюта»	67
3.1. ABC - аналіз та обґрунтування рішення щодо формування асортименту та вдосконалення.	67
3.2. Вдосконалення Інтернет-просування та відділу маркетингу ТОВ ПКФ «Вілюта»	70
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ	83