

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

"МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ"

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-16
Спеціальності 075Маркетинг

шифр і назва

Пасько Микола Анатолійович

ПІБ

Керівник: Яременко С. С. к.е.н., доц.
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2020

А Н О Т А Ц І Я

Пасько М. А. Маркетингова діяльність підприємства і шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації та контролю маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності ТОВ "Агроніка". З урахуванням специфіки продукції ТОВ "Агроніка" та конкурентних умов запропоновано впровадження товарної моделі організації відділу маркетингу, рекомендовано проводити маркетинговий аудит діяльності власними силами двічі на рік, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності ТОВ "Агроніка" на ринку.

Ключові слова: маркетингова концепція управління підприємством, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, маркетинговий аудит.

S U M M A R Y

Pasko M. A. Marketing activity of the enterprise and ways of its improvement

In the qualification work the theoretical and methodical bases of the organization and control of marketing activity of the enterprise are considered, the marketing analysis and marketing audit of activity is carried out, recommendations on improvement of the organization of marketing activity of LLC Agronika are developed. Given the nature of production enterprise "Agronika" and suggested the introduction of competition commodity model organization of marketing, it is recommended to conduct a marketing audit of the house twice a year, which will increase the competitiveness of enterprises "Agronika" in the market.

Keywords: marketing concept of business management, business marketing companies, marketing mix, marketing control of the enterprise, the enterprise market analysis, marketing audit.

ЗМІСТ

ВСТУП **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА **Ошибка! Закладка не определена.**

1.1. Теоретичні аспекти прийняття маркетингових управлінських рішень

Ошибка! Закладка не определена.

1.2. Методи обґрунтування рішень в умовах малого бізнесу **Ошибка!**
Закладка не определена.

1.3. Особливості прийняття рішень по формуванню асортименту в малому
бізнесі та методи оптимізації товарного асортименту підприємства

Ошибка! Закладка не определена.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "АГРОНІКА"

2.1. Загальна характеристика ТОВ «Агроніка» **Ошибка! Закладка не**
определена.

2.2. Аналіз фінансового стану підприємства **Ошибка! Закладка не**
определена.

2.3 Дослідження системи методів по формуванню асортименту продукції
Ошибка! Закладка не определена.

2.4. SWOT- аналіз підприємства ТОВ "Агроніка" **Ошибка! Закладка не**
определена.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "АГРОНІКА" **Ошибка! Закладка не определена.**

3.1. Маркетингове дослідження споживачів з метою покращення маркетингової
діяльності **Ошибка! Закладка не определена.**

3.2. Рекомендації з вдосконалення маркетингової діяльності та очікувані
результати **Ошибка! Закладка не определена.**

ВИСНОВКИ **Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ **Ошибка! Закладка не определена.**

