

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему

**«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ
ВИВЕДЕННЯ НА
РИНОК НОВОГО ПРОДУКТУ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-16

Спеціальності 075 Маркетинг

Цвірінько Тетяна Євгеніївна

Керівник: Красовська О.Ю., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Цвірінко Т.Є. Розробка маркетингового плану виведення на ринок нового продукту

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи маркетингового планування діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз галузі елітних меблів та маркетинговий аудит діяльності підприємства, розроблено рекомендації щодо маркетингового плану виведення на ринок нового продукту ТОВ «Купців Строганових». З урахуванням специфіки продукції підприємства «Купців Строганових» та конкурентних умов, запропоновано маркетингову модель товарного асортименту організації, що сприятиме ефективній діяльності та підвищенню конкурентоспроможності підприємства «Купців Строганових» на ринку.

Ключові слова: маркетинговий план, люксовий сегмент, брендинг, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, маркетинговий аналіз підприємства, маркетинговий аудит.

SUMMARY

Tsvirinko T. Organization and control of the enterprise marketing activities

In the qualification work the theoretical and methodical bases of marketing planning of activity of the enterprise are considered, the marketing analysis of branch of elite furniture and marketing audit of enterprise activity is carried out, recommendations concerning the marketing plan of introduction of the new product of Open Company "Merchants Stroganov" are developed. Taking into account the specifics of the "Kuptsiv Stroganovyh" company products and competitive conditions, a marketing model of the product range of the organization is proposed, which will contribute to the effective operation and increase the competitiveness of the enterprise "Merchants Stroganov" in the market.

Keywords: marketing plan, luxury segment, branding, marketing organization, marketing mix, the enterprise market analysis, marketing audit.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК ПРОДУКТУ КЛАСУ «LUX»....	8
1.1 Теоретичні відомості створення маркетингового плану.....	8
1.2 Специфіка комплексу маркетингу люксового продукту.....	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «КУПЦІВ СТРОГАНОВИХ».....	21
2.1 Загальні тенденції розвитку світового ринку люксових меблів.....	21
2.1.1. Аналіз на прогноз розвитку світового ринку люксових меблів.....	21
2.1.2 Аналіз споживчої поведінки на світового ринку люксових меблів.....	25
2.1.3 Класифікація продуктів світового ринку люксових меблів.....	28
2.2 Український ринок елітних меблів.....	33
2.3 Характеристика господарської діяльності та мікросередовища підприємства ТОВ «Купців Строганових».....	40
РОЗДІЛ 3 МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК НОВОГО ПРОДУКТУ КОМПАНІЇ «КУПЦІВ СТРОГАНОВИХ».....	55
3.1 Маркетингові дослідження потенційних споживачів нового продукту класу «LUX» компанії «Купців Строганових».....	55
3.2 Розробка маркетингового плану виведення на український ринок нового продукту бренду «Купців Строганових» компанії «Купців Строганових».....	59
3.3 Розрахунок бюджету щодо виведення нового «LUX» продукту бренду «Купців Строганових» компанії «Купців Строганових».....	68
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79