

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Управління ціновою політикою підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Мінасенко Д.В.

Керівник: А.Г.Єфременко, к.е.н., доцент

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Мінасенко Д.В. «Управління ціновою політикою підприємства»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення цінової політики підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ПрАТ «Ліктрави» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення цінової політики ПрАТ «Ліктрави» за рахунок організаційних заходів та таргет-костингу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів ПрАТ «Ліктрави».

Ключові слова: цінова політика, комплекс маркетингу, маркетингова політика, маркетингова стратегія.

S U M M A R Y

Minasenko D. «Management of enterprise price policy»

The paper proposes ways to improve the enterprise pricing policy. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of PJSC “Lictravi” were presented and its financial condition was assessed. The analysis of management of marketing activity of the enterprise is carried out and proposals for improvement of this process are developed. Improvement of the pricing policy of PJSC “Lictravi” at the expense of organizational measures and target-costing is offered. Measures to increase the sales volume of PJSC Lictravi are substantiated.

Keywords: pricing policy, marketing complex, marketing policy, marketing strategy.

ВСТУП **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

.....**Ошибка! Закладка не определена.**

1.1. Встановлення задач ціноутворення**Ошибка! Закладка не определена.**

1.2. Фактори, що впливають на ціноутворення ... **Ошибка! Закладка не определена.**

1.3. Розробка стратегії ціноутворення**Ошибка! Закладка не определена.**

1.4. Особливості цінової політики на зовнішньому ринку**Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПрАТ «ЛІКТРАВИ»**Ошибка! Закладка не определена.**

2.1. Організаційно економічні умови господарської діяльності підприємства
.....**Ошибка! Закладка не определена.**

2.2. Зовнішньоекономічна діяльність ПрАТ «Ліктрави»**Ошибка! Закладка не определена.**

2.3. Цінова стратегія підприємства ПрАТ «Ліктрави»**Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....**Ошибка! Закладка не определена.**

3.1. Формування системи знижок....**Ошибка! Закладка не определена.**

3.2. Таргет - костинг – як метод удосконалення процесу ціноутворення
.....**Ошибка! Закладка не определена.**

3.3. Маркетингові підходи щодо удосконалення розподілу продукції на підприємстві.....**Ошибка! Закладка не определена.**

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....**Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ДОДАТКИ