

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18-м

Спеціальності 075 Маркетинг

Васильєв В.Ю.

Керівник: Курочкіна І. Г., к.е.н., доц.

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Васильєв В.Ю. Розробка маркетингової стратегії для промислового підприємства

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи маркетингової стратегії та особливості її впровадження на промисловому підприємстві, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено маркетингову стратегію для компанії «ІНТЕРФОМ».

З урахуванням специфіки продукції компанії «ІНТЕРФОМ» та конкурентних переваг запропоновано удосконалити маркетингову діяльність шляхом впровадження диференційованої маркетингової стратегії, що сприятиме збереженню конкурентоспроможності та лідерської позиції компанії «ІНТЕРФОМ» на ринку.

Ключові слова: маркетингова стратегія, розробка маркетингової стратегії, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, маркетинговий аудит, стратегія захисту.

SUMMARY

Vasyliiev V.Y. Development of marketing strategy for industrial enterprise

The qualification work considers the theoretical and methodological foundations of marketing strategy and features of its implementation in an industrial enterprise. Marketing analysis and marketing audit of activities of an enterprise were conducted, marketing strategy for «INTERFOAM» was developed.

Taking into account the specificity of «INTERFOAM» products and competitive advantages, it is proposed to improve marketing activities by introducing a marketing protection strategy that will help maintain the competitiveness and the leadering position of «INTERFOAM» in the market.

Keywords: marketing strategy, development of marketing strategy, complex of marketing, control of marketing activity of the enterprise, marketing analysis of the enterprise, marketing audit, protection strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	
1.1. Сутність маркетингової стратегії та принципи її формування	9
1.2. Види маркетингових стратегій	13
1.3. Особливості маркетингової стратегії для промислового підприємства.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА «ІНТЕРФОМ»	
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища.....	21
2.2. Аналіз зовнішнього середовища.....	34
2.2.1. Аналіз мікросередовища	35
2.2.2. Аналіз макросередовища. PEST – аналіз.....	41
2.3. SWOT - аналіз та визначення основних напрямків діяльності компанії.....	45
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ КОМПАНІЇ «ІНТЕРФОМ»	
3.1. Портфельний аналіз компанії «ІНТЕРФОМ»	49
3.2. Сегментування і позиціонування продукції компанії «ІНТЕРФОМ»	51
3.3. Вибір та обґрунтування маркетингової стратегії.....	57
3.4. Заходи з впровадження маркетингової стратегії в діяльність промислового підприємства та очікувані результати	61
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	