

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

БАКАЛАВРА

на тему

**«Планування маркетингової діяльності
підприємства ТОВ «СНЕР'17»**

Виконав: здобувач ІV курсу, групи МН-21зс
Спеціальності 073 Менеджмент

Кошева М.С.

Керівник: Литвиненко О.М. к.е.н., доцент

Дніпро
2025

АНОТАЦІЯ

Планування маркетингової діяльності підприємства ТОВ «СHER'17»

У кваліфікаційній роботі досліджено процес маркетингового планування як ключового інструменту стратегічного розвитку сучасного підприємства на прикладі діяльності ТОВ «СHER'17». У роботі здійснено аналіз маркетингового потенціалу компанії, розглянуто зовнішнє середовище за допомогою PEST-аналізу, а також визначено сильні та слабкі сторони підприємства за допомогою SWOT-методики. Запропоновано низку практичних заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності: впровадження CRM-системи, вихід на міжнародні маркетплейси, розширення розмірної сітки та інші. Окрема увага приділена алгоритмам реалізації запропонованих рішень і розрахунку їх економічного ефекту. Робота складається з трьох розділів, ілюстрована таблицями, рисунками та містить 37 використаних джерел.

Ключові слова: маркетингове планування, стратегія, CRM-система, конкурентоспроможність, digital-маркетинг, fashion-бізнес, клієнтоорієнтованість.

SUMMARY

Marketing Activity Planning at CHER'17 LLC

This qualification paper explores the process of marketing planning as a strategic tool for business growth, using CHER'17 LLC as a case study. The research includes an analysis of the company's marketing potential, a PEST analysis of the external environment, and a SWOT analysis of the enterprise's strengths and weaknesses. A range of practical recommendations has been proposed to improve marketing performance, including the implementation of a CRM system, entering international marketplaces, and expanding the size range. Special attention is paid to the implementation algorithms and calculation of the economic effect of each initiative. The paper consists of three chapters, illustrated with tables and figures, and references 37 sources.

Keywords: marketing planning, strategy, CRM system, competitiveness, digital marketing, fashion business, customer orientation.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ	8
1.1. Поняття та сутність маркетингового планування	8
1.2. Сучасні підходи до розробки маркетингового плану	13
1.3. Методи дослідження ринку та споживачі	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ “СНЕР’17”	22
2.1. Організаційно-правова форма та структурні підрозділи підприємства .	22
2.2. Оцінка зовнішнього середовища: PEST-аналіз та конкурентний портрет	32
2.3. SWOT-аналіз маркетингового міксу.....	36
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ	41
3.1. Перелік запропонованих заходів для покращення маркетингової діяльності підприємства.....	41
3.2. Деталізація ключових заходів і алгоритм впровадження.....	44
3.3. Економічний ефект від запропонованих заходів.....	47
ВИСНОВОКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	50
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ТА ПОСИЛАННЯ..	Ошибка! Закладка не определена.