

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Формування системи персональних продажів на підприємстві»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18д

Спеціальності 075 Маркетинг

Тимошенко Світлана Анатоліївна

Керівник: Татарінов В.В., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПЕРСОНАЛЬНИХ ПРОДАЖІВ

1.1 Сутність персональних продажів, їх форми та особливості

1.2 Управління персональним продажем

1.3 Головні складові процесу персонального продажу

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ТОВ «ВІТАЛ ПРЕС»

2.1 Загальна характеристика підприємства

2.2 Маркетинговий аналіз ринку ТОВ «Вітал-Прес»

2.3 Аналіз збутової та маркетингової діяльності ТОВ «Вітал-Прес»

РОЗДІЛ 3 ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ПРЯМИХ ПРОДАЖІВ НА ТОВ. «ВІТАЛ-ПРЕС»

3.1 Заходи щодо підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «Вітал-Прес»

3.2 Заходи щодо підвищення ефективності формування системи прямих продажів ТОВ «Вітал-Прес» та їх ефективність

АНОТАЦІЯ

Тимошенко С.А. «Формування системи персональних продажів на підприємстві»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення рекламної кампанії підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику ТОВ «Вітал прес» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Вітал прес» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення просування послуг з використанням прямих продажів ТОВ «Вітал прес» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми прямих продажів ТОВ «Вітал прес».

Ключові слова: маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс.

SUMMARY

Tymoshenko S. «Formation of system of personal sales at the enterprise»

The paper proposes ways to improve the company's advertising campaign. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The general organizational characteristics of Vital Press LLC were presented and its financial condition assessed. An analysis of the management of marketing activities of Vital Press LLC was made and proposals were made to improve this process. Improvement of promotion of services with the use of direct sales of Vital Press LLC at the expense of organizational measures and staff motivation is offered. Measures to increase the direct sales of Vital Press LLC are justified.

Keywords: marketing, advertising campaign, marketing mix.