

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення»

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГ-22вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Волкова Анастасія Вадимівна

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент

Дніпро
2024

АНОТАЦІЯ

Волкова А.В. Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних аспектів маркетингової діяльності підприємства. Розглянуто теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю. Проаналізоване маркетингове середовище ТОВ «ІНТЕРМЕХАНІКА». Представлені напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. В процесі роботи зроблено висновки та пропозиції щодо обґрунтування напрямків вдосконалення маркетингової діяльності підприємства ТОВ «ІНТЕРМЕХАНІКА». Результати розробок можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності.

Ключові слова: ринок, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, споживачі, маркетингове планування.

SUMMARY

Volkova A.V. Marketing activity of the enterprise and ways of its improvement.

The qualification work is devoted to the study of the theoretical foundations and practical aspects of the enterprise's marketing activities. The theoretical foundations of marketing management are considered. The analyzed marketing environment of "INTERMEHANIKA" LLC. Areas of improvement of the company's marketing activities are presented. In the course of the work, conclusions and proposals were made regarding the justification of directions for improving the marketing activities of the enterprise "INTERMEHANIKA" LLC. Development results can be used in practical marketing activities.

Key words: market, marketing activity, competitiveness, consumers, marketing planning.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Формування процесу управління маркетингом на підприємстві	9
1.2. Маркетингова стратегія як інструмент розвитку підприємства	30
1.3. Методологія оцінювання ефективності управління маркетингом на підприємстві	40
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ТОВ «ІНТЕРМЕХАНІКА»	48
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «ІНТЕРМЕХАНІКА»	48
2.2. Аналіз стану маркетингової діяльності підприємства	58
2.3. Стратегічний аналіз маркетингової діяльності підприємства	63
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	74
3.1. Розрахунок витрат на створення служби маркетингу для ТОВ «ІНТЕРМЕХАНІКА»	74
3.2. Оптимізація маркетингових комунікацій як ефективний інструмент покращення маркетингової діяльності	82
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	97