

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

БАКАЛАВРА

на тему:

«Управління маркетинговою діяльністю організації»

Виконала: здобувачка IV курсу, групи
МНhr-20-1

Спеціальності 073 Менеджмент

Гильова Єлизавета Олегівна

Керівник: доктор економічних наук,
професор

Митрофанова Ганна Яківна

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Гильова Є.О. Управління маркетинговою діяльністю організації

Розглянуто теоретико-методологічні основи в дослідженні маркетингової діяльності сучасного підприємства та розробка нових підходів щодо удосконалення. Визначено сутність у необхідності орієнтації науковотехнічної, виробничої та збутової діяльності підприємства на облік ринкового попиту, потреб та вимог споживачів. Досліджено види стратегій та форми планомірної організації виробництва. Проведено аналіз діяльності підприємства ТОВ «АТБ-Маркет», досліджено діючу систему організаційно-економічних відносин управління та маркетинговою діяльністю.

Запропоновано напрями удосконалення системи організаційно-економічних відносин управління, маркетингова діяльність ТОВ «АТБ-Маркет», для чого необхідно переглянути аспекти спираючись на запити ринку, встановлювати конкретні поточні та головним чином довготривалі (стратегічні) цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності, визначати асортимент та якість продукції, її пріоритети, оптимальну структуру виробництва та бажаний прибуток.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, ілюстрована 16 таблицями і 10 рисунками, в процесі написання використано 49 літературних джерела.

Ключові слова: маркетингова діяльність, підприємство, ринковий попит, виробництво, ефективність, методи дослідження, рекламні заходи, маркетингові інструменти.

SUMMARY

Hylova Y.O. Management of marketing activities of the organization

The theoretical and methodological foundations in the study of the marketing activity of a modern enterprise and the development of new approaches to improvement are considered. The essence of the necessity of orientation of the enterprise's scientific and technical, production and sales activities to account for market demand, needs and demands of consumers has been determined. Types of strategies and forms of planned organization of production were studied. The analysis of the activity of the company "ATB-Market" LLC was carried out, the current system of organizational and economic relations of management and marketing activities was investigated.

Directions for improving the system of organizational and economic management relations, marketing activity of LLC "ATB-Market" are proposed, for which it is necessary to review aspects based on market requests, set specific current and mainly long-term (strategic) goals, ways to achieve them and real sources of resources economic activity, determine the range and quality of products, their priorities, the optimal structure of production and the desired profit.

The qualification work consists of three sections, illustrated with 16 tables and 10 figures, 49 literary sources were used in the writing process.

Keywords: marketing activity, enterprise, market demand, production, efficiency, research methods, advertising measures, marketing tools.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	9
1.1 Сутність та специфіка управління маркетинговою діяльністю.....	9
1.2 Форми та методи управління маркетинговою діяльністю	13
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	27
2.1 Техніко-економічна характеристика підприємства	27
2.2 Процеси планування маркетингової діяльності підприємства.....	33
2.3 Оцінка механізму організації рекламних заходів в організації.....	39
РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ	
МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	43
3.1. Напрямки вдосконалення управління маркетинговою діяльністю на підприємстві	43
3.2. Напрямки поліпшення планування рекламного бюджету	52
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62