

**УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Маркетингова діяльність підприємства: планування та реалізація в
сучасних ринкових умовах»**

Студент групи МГ-18 вм
Соколов Д.М.

Дніпро 2020

А Н О Т А Ц І Я

Соколов Д. М. Маркетингова діяльність підприємства: планування та реалізація в сучасних ринкових умовах.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації та контролю маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності дилерського центру «Lexus». З урахуванням специфіки продукції середовища діяльності дилерського центру «Lexus» та конкурентних умов запропоновано впровадження товарної моделі організації відділу маркетингу, рекомендовано проводити маркетинговий аудит діяльності власними силами двічі на рік, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності середовища діяльності дилерського центру «Lexus» на ринку.

Ключові слова: маркетингова концепція управління підприємством, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, маркетинговий аудит.

ANNOTATION

Sokolov D.M. Marketing activity of the enterprise: planning and realization in modern market conditions.

The qualification work considers the theoretical and methodological foundations of the organization and control of the marketing activity of the enterprise, conducted marketing analysis and marketing audit of the activity, developed recommendations for improving the organization of marketing activities of the Lexus dealer center. Taking into account the specifics of the environment of the Lexus dealership and the competitive conditions, it is proposed to introduce a marketing model of the marketing department, it is recommended to conduct a marketing audit of its own activities twice a year, which will increase the competitiveness of the Lexus dealership environment in the market.

Keywords: marketing concept of enterprise management, organization of marketing activity of enterprise, complex of marketing, control of marketing activity of enterprise, marketing analysis of enterprise, marketing audit.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Сутність і зміст маркетингової діяльності	6
1.2. Основні підходи до планування маркетингової діяльності	26
1.3. Організація маркетингової діяльності	29
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ДИЛЕРСЬКОГО ЦЕНТРУ «LEXUS»	33
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища діяльності дилерського центру «Lexus»	33
2.2. Огляд основних тенденцій ринку	37
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства	40
2.3.1. Аналіз мікросередовища	44
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	49
2.4. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства	51
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВ	56
3.1. Обґрунтування та вибір маркетингової стратегії дилерського центру «Lexus»	56
3.2. Рекомендації до впровадження маркетингової стратегії	69
3.3. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86