

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконала: здобувач 4 курсу, групи МГ-19 ЗС
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Єлісєєва Тетяна Ігорівна

ПІБ

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

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2023

АНОТАЦІЯ

Слісєєва Т. І. Вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства ТОВ «ФАВОРИТ ЗНАК». З урахуванням специфіки продукції підприємства ТОВ «ФАВОРИТ ЗНАК» та конкурентних умов запропоновано впровадження організаційних заходів у діяльність відділу маркетингу та збуту, рекомендовано проводити моніторинг маркетингових комунікацій та відкрити інтернет-магазин.

Ключові слова: маркетинг, управління, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, відділ маркетингу, маркетинговий аналіз підприємства.

SUMMARY

Yelisiieva T. I. Improvement of the marketing activity of the enterprise.

In the qualification paper, the theoretical and methodological foundations of the organization of the marketing activity of the enterprise were considered, a marketing analysis of the activity was carried out, and recommendations were developed for improving the organization of the marketing activity of the enterprise "FAVORIT ZNAK" LLC. Taking into account the specifics of the products of FAVORIT ZNAK LLC and competitive conditions, it is proposed to implement organizational measures in the activities of the marketing and sales department, it is recommended to monitor marketing communications and open an online store.

Keywords: marketing, management, organization of marketing activities of the enterprise, marketing complex, marketing department, marketing analysis of the enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1 Сутність маркетингової діяльності підприємства	8
1.2 Основи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві	13
1.3 Підходи до оцінки маркетингової діяльності підприємства	20
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОВ «ФАВОРИТ ЗНАК»	24
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства	24
2.2. Аналіз та оцінка маркетингової діяльності підприємства	32
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство	38
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції	41
2.5. SWOT-аналіз	43
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОВ «ФАВОРИТ ЗНАК»	45
3.1. Розробка заходів з вдосконалення маркетингової діяльності	45
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	54
3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів	58
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63
ДОДАТКИ	68