

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2

Спеціальності 075 Маркетинг

Шналь Єлизавета Костянтинівна

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Шналь Є. К. Маркетингова діяльність підприємства та шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи маркетингової товарної політики підприємства, здійснено маркетинговий аналіз, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства ТОВ «НОВА ПОШТА». З урахуванням специфіки послуг ТОВ «НОВА ПОШТА» та виявлених недоліків було запропоновано провести тренінг для працівників а також запустити інтернет рекламу для більш вдалої оцінки якості обслуговування та задоволеності клієнтів.

Ключові слова: Поняття маркетингової діяльності, маркетингова діяльність підприємства, маркетинговий аналіз підприємства.

SUMMARY

Shnal E. K. Marketing activity of the enterprise and ways to improve it.

In the bachelor's thesis, the theoretical and methodological foundations of the company's marketing product policy were considered, a marketing analysis was carried out, and recommendations were developed for improving the organization of the marketing activities of the "NOVA POSHTA" LLC. Taking into account the specifics of the services of "NOVA POSHTA" LLC and the identified shortcomings, it was suggested to conduct training for employees, as well as to launch Internet advertising for a more successful assessment of the quality of service and customer satisfaction.

Keywords: Concept of marketing activity, marketing activity of the enterprise, marketing analysis of the enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРЕМСТВА.....	8
1.1. Місце та роль маркетингу в економіці підприємства.....	8
1.2. Поняття маркетингової діяльності: зміст та функції.....	13
1.3. Показники оцінки організаційно-технічних, фінансових, комерційних та інших функцій маркетингової діяльності.....	21
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «НОВА ПОШТА».....	26
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства.....	26
2.2. Аналіз та оцінка маркетингової діяльності ТОВ «НОВА ПОШТА».....	30
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....	34
2.4. Сегментування ринку.....	41
2.5. SWOT-аналіз.....	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «НОВА ПОШТА».....	47
3.1. Заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.....	47
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів.....	55
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів.....	59
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	70