

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Розробка маркетингової стратегії підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Белік Ольга Анатоліївна

Керівник: Єфременко А. Г., к.е.н., доцент

Дніпро
2020

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Освітній рівень **магістр**

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Затверджую:

Зав. кафедри _____

Тараненко Ірина Всеволодівна

д.е.н., професор

*(підпис, прізвище, ім'я та по батькові,
науковий ступінь, вчене звання, посада)*

“01” вересня 2019 р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Белік Ользі Анатоліївні

прізвище, ім'я та по батькові

1. Тема роботи: «Розробка маркетингової стратегії підприємства»
2. Керівник роботи Єфременко А. Г., кандидат економічних наук,

доцент

(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом від “ 02 ” вересня 2019 р., № 70-09-У

3. Термін здачі студентом закінченої роботи 15.01.2020 р.

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи проаналізувати маркетингову діяльність підприємства та розробити рекомендації щодо формування альтернативної маркетингової стратегії підприємства і тактичні рекомендації щодо її реалізації на основі удосконалення товарного асортименту.

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

1. Теоретичний та методичний аспект формування маркетингової стратегії організації

- 1.1. Роль маркетингової стратегії в розвитку організації

- 1.2. Структура маркетингової стратегії і принципи її формування

- 1.3. Методика оцінки ефективності маркетингової стратегії організації

- 2 Аналіз маркетингового середовища ПАТ «Style de mode» з метою розробки маркетингової стратегії

- 2.1. Загальна характеристика ПАТ «Style de mode» та аналіз внутрішнього середовища

- 2.2. Огляд основних тенденцій ринку швейних виробів

- 2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства

- 2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

3. Розробка маркетингової стратегії ПАТ “Style de mode” та обґрунтування її

доцільності

3.1. Обґрунтування маркетингової стратегії фірми відносно цінової та збутової політики

3.2. Розробка програми комунікації ПАТ «Style de mode»

3.3. Обґрунтування ефективності інвестиційного проекту

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Єфременко А. Г., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
2	Єфременко А. Г., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
3	Єфременко А. Г., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>

7. Дата видачі завдання 01 вересня 2019 р._____

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Розділ 1. Теоретичний та методичний аспект формування маркетингової стратегії організації	01.10.2019	01.10.2019
2.	Розділ 2. Стратегічний аналіз маркетингового середовища ПАТ «Style de mode»	30.10.2019	30.10.2019
3.	Розділ 3. Розробка маркетингової стратегії ПАТ “Style de mode” та обґрунтування її доцільності	15.12.2019	15.12.2019
4.	Оформлення роботи	15.01.2020	15.01.2020

Здобувач _____ Белік О. А.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Єфременко А. Г.

АНОТАЦІЯ

Бєлік О. А. Розробка маркетингової стратегії підприємства

У роботі було розкрито основні теоретичні та методичні засади формування маркетингової стратегії підприємства, зокрема проаналізовано основні підходи до формування стратегії, принципи й структура, та визначено основні фактори впливу на неї; наведено характеристику діяльності ПАТ «Style de mode»; окреслено особливості маркетингового стратегічного набору та специфіки поточної маркетингової стратегії досліджуваного підприємства.

За підсумками дослідження сформульовано стратегічні засади посилення ринкових позицій підприємства за рахунок розробки та реалізації продуктової стратегії, а саме глобально диференційованої, розроблено цільову і досить економічну програму комунікацій, спрямовану на популяризацію нового товару-наборів для сауни серед цільових споживачів.

Ключові слова: маркетингове управління, стратегічний маркетинг, формування і реалізація маркетингових стратегій, маркетинговий план, ефективність маркетингових заходів.

SUMMARY

Belik O. Development of enterprise marketing strategy

The main theoretical and methodological bases of formation of enterprise marketing strategy have been revealed in the paper, in particular the basic approaches to strategy formation, principles and structure have been analyzed and the main factors influencing it have been identified; a description of the activity of PJSC "Style de mode"; features of marketing strategic set and specifics of current marketing strategy of the studied enterprise are outlined.

According to the results of the research, the strategic principles of strengthening the market position of the company are formulated through the development and implementation of a product strategy, namely a globally differentiated one, a targeted and sufficiently economical communication program aimed at promoting the new sauna kits for the target consumers is popularized.

Key words: marketing management, strategic marketing, formation and implementation of marketing strategies, marketing plan, effectiveness of marketing activities.