

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Аналіз маркетингового середовища в контексті
прийняття стратегічних управлінських рішень»**

Виконала: здобувач 2 курсу,
Групи МГ-18м
Спеціальності 075 «Маркетинг»
Петруня Віра Юріївна

Керівник: к.е.н., доцент
Яременко Світлана Степанівна

АНОТАЦІЯ

Петруня В.Ю. Аналіз маркетингового середовища в контексті прийняття стратегічних управлінських рішень.

В кваліфікаційній роботі магістра розглянуто теоретико-методичні основи управлінського аналізу маркетингового середовища організації в контексті розробки та реалізації маркетингових стратегічних рішень, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності університетами України, зокрема Університету митної справи та фінансів. З урахуванням специфіки сучасної діяльності Університету митної справи та фінансів на ринку вищої освіти запропоновано вдосконалення організаційної структури управління маркетингом, надані рекомендації щодо розвитку підходів до позиціонування та сегментаційної стратегії, вдосконалення товарної, цінової та комунікаційної політики університету, що сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності на ринку послуг вищої освіти.

Ключові слова: маркетингове середовище, ринок вищої освіти, маркетингова стратегія, маркетинговий аналіз, управління, університет.

SUMMARY

Petrunia V.Y. Analysis of the marketing environment in the context of strategic management decisions.

In master's thesis the theoretical and methodological foundations of management analysis of the organization's marketing environment in the context of development and implementation of marketing strategic decisions, conducted marketing analysis and marketing audit of the activity, developed recommendations for improving the organization of marketing activities by the universities of Ukraine, including the University of Customs. Taking into account the peculiarities of the modern activity of the University of Customs and Finance in the higher education market, the organizational structure of marketing management was proposed, the recommendations on the development of approaches to positioning and segmentation strategy, the improvement of the commodity, price and communication policy of the university, which will promote its competitiveness, will be promoted.

Keywords: marketing environment, higher education market, marketing strategy, marketing analysis, management, university.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	9
1.1. Стратегія організації та її маркетинговий компонент	9
1.2. Стратегічний маркетинговий аналіз середовища діяльності організації.....	13
1.3. Ключові складові та види маркетингової стратегії.....	23
1.4. Глобалізаційна трансформація маркетингового середовища.....	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПРИКЛАДІ СФЕРИ ВИЩОЇ ОСВІТИ	40
2.1. Сучасні особливості ринку вищої освіти в Україні	40
2.2. Особливості маркетингової діяльності університетів України.....	51
2.3. Аналіз маркетингової діяльності Університету митної справи та фінансів	57
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТУ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ	64
3.1. Основні напрями вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю в Університеті.....	64
3.2. Основні напрямки вдосконалення маркетингової стратегії та комплексу маркетингу Університету	69
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86