

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
на тему
**«АНАЛІЗ РИНКУ І РОЗРОБКА СИСТЕМИ
ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18 вв

Спеціальності 075 Маркетинг

Киянська Марина Сергіївна

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

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Киянська М.С. Аналіз ринку і розробка системи просування продукції

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні засади розробки системи просування продукції підприємства ПАТ «Житомирський Маслозавод», здійснено аналіз маркетингового середовища компанії, надано загальну характеристику ПАТ «Житомирський Маслозавод». У процесі роботи зроблено висновки та пропозиції щодо формування раціональної структури товарного асортименту компанії. Результати розробок можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності.

Ключові слова: маркетингові дослідження, маркетингове середовище, ефективність, просування.

SUMMARY

Kyanskaya M.S Market analysis and development of product promotion system

The qualification work deals with theoretical and methodological foundations development of the system of promotion of the products of PJSC «Zhytomyr Maslozavod», the analysis of the marketing environment of the company, the general description of PJSC «Zhytomyr Maslozavod». In the course of the work, conclusions and suggestions are made regarding the formation of a rational structure of the product range of the company. The results of the developments can be used in practical marketing activities.

Keywords: marketing research, marketing environment, efficiency, promotion.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ.....	8
1.1 Просування в системі маркетингових комунікацій: поняття та дефініції...8	
1.2. Особливості та інструментарій просування товару в умовах сучасного ринку.....	13
1.3. Інструменти дослідження ринку перед запуском нового продукту.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД».....	25
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища.....	25
2.2. Огляд основних тенденцій ринку.....	35
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	43
2.3.1. Аналіз мікросередовища.....	45
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз.....	52
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства.....	53
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД».....	56
3.1 Вибір маркетингової стратегії підприємства.....	56
3.2. Розробка системи просування продукції на ринок.....	58
3.3. Розрахунок ефективності розробленої системи просування продукції ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД».....	68
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
ДОДАТКИ.....	83