

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Аналіз ринкових можливостей підприємства та
використання його результатів у розробці
маркетингової стратегії»**

Виконала: здобувач 2 курсу, групи МГ-18м
Спеціальності 075 Маркетинг
Могилевська Маргарита Олександрівна
Керівник: Курочкіна Ірина Геннадіївна, к.е.н,
доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Могилевська М. О. Аналіз ринкових можливостей підприємства та використання його результатів у розробці маркетингової стратегії.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні основи щодо маркетингових стратегій та різновиди маркетингових стратегій, проведено аналіз маркетингового внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства; виконано SWOT та PEST аналізи; розроблено рекомендації щодо того які маркетингові стратегії варто використовувати компанії на етапі якому знаходиться компанія. Використання запропонованих стратегій дасть компанії чітке уявлення в якому напрямлені рухатись, що сприятиме підтриманню та покращенню ринкових позицій компанії.

Ключові слова: маркетингові стратегії, аналіз ринку, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, споживачі.

SUMMARY

Mohylevska M.O. Analysis of the market opportunities of the enterprise and the use of its results in the development of marketing strategy.

The qualification work considers the theoretical basis of marketing strategies and their varieties. It analyses the marketing internal and external environment of the enterprise. SWOT and PEST analyses have been performed. Recommendations as to what marketing strategies should be used by the company at the stage of its present development have been developed. Using these strategies will give the company a clear idea of where to move, which will help maintain and improve the market position of the company.

Keywords: marketing strategies, market analysis, marketing activity, competitiveness, consumers.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ТА ЇХ МІСЦЕ В УПРАВЛІННІ ФІРМОЮ Й МАРКЕТИНГОМ	
1.1. Стратегії підприємства: сутність, різновиди, особливості.....	8
1.2. Сутність та різновиди маркетингових стратегій.....	10
1.3. Стратегічний маркетинг: суть та місце стратегічного маркетингу в управлінні фірмою.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «RIM2000»	
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства.....	27
2.2. Огляд основних тенденцій ринку.....	35
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	38
2.3.1. Аналіз мікросередовища.....	38
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз.....	46
2.4. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства...49	
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	
3.1. Рекомендації щодо розробки маркетингової стратегії.....	53
3.2. Формування маркетингової стратегії.....	62
3.3. Розробка календарно-рекламного плану для компанії RIM2000.....	69
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	