

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Вдосконалення маркетингової діяльності підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи МГкр-18вм
Спеціальності 075 Маркетинг
Белік Володимир Олександрович
Керівник: Заволока Ю. М., 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

Беліку Володимиру Олександровичу

прізвище, ім'я та по батькові

1. Тема роботи: «Вдосконалення маркетингової діяльності підприємства»

2. Керівник роботи Заволока Ю. М., 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 розробити та обґрунтувати теоретичні підходи й практичні рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності страхової компанії.

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

1. Теоретичні та методичні засади щодо формування маркетингової діяльності підприємства

1.1. Маркетингова діяльність: організаційний аспект

1.2. Методологічні основи управління маркетингом на підприємстві

1.3. Оцінка результативності маркетингової діяльності підприємства

2. Аналіз маркетингового середовища ПрАТ «СК «Провідна» з метою пошуку шляхів вдосконалення його маркетингової діяльності

2.1. Загальна характеристика ПрАТ «СК «Провідна» та аналіз внутрішнього середовища

2.2. Огляд основних тенденцій ринку страхових послуг

2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища ПрАТ «СК «Провідна»

2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

3. Напрямки удосконалення маркетингової діяльності підприємства та обґрунтування доцільності їх реалізації

- 3.1. Обґрунтування доцільності впровадження послуги добровільного страхування від нещасних випадків «Талісман Експрес»
- 3.2. Розробка програми комунікації ПрАТ «СК «Провідна»
- 3.3. Введення посади спеціаліста з маркетингу в ПрАТ «СК «Провідна»
- 3.4. Економічне обґрунтування запропонованих заходів щодо посилення маркетингової складової компанії

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Заволока Ю. М., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
2	Заволока Ю. М., к.е.н., доцент	_____02.09.2019 <i>Підпис консультанта</i>	_____02.09.2019 <i>Підпис здобувача</i>
3	Заволока Ю. М., 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. Теоретичні та методичні засади щодо формування маркетингової діяльності підприємства	01.10.2019	01.10.2019
2.	Розділ 2. Аналіз господарської та маркетингової діяльності ПрАТ «СК «Провідна»	30.10.2019	30.10.2019
3.	Розділ 3. Напрямки удосконалення маркетингової діяльності підприємства та обґрунтування доцільності їх реалізації	15.12.2019	15.12.2019
4.	Оформлення роботи	15.01.2020	15.01.2020

Здобувач _____ Белік В. О.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Заволока Ю. М.

АНОТАЦІЯ

Бєлік В. О. Вдосконалення маркетингової діяльності підприємства

У роботі було розкрито основні теоретичні засади страхового маркетингу, сутність поняття, його функції, цілі, принципи, завдання, комплексність та системність; наведено характеристику страхового продукту як важливого елемента комплексу страхового маркетингу; проаналізовано стан та виявлено основні тенденції розвитку господарської та маркетингової діяльності ПрАТ «СК «Провідна»; проведено маркетингове дослідження з метою визначення рівня страхової культури суспільства та потенційного споживача страхових продуктів.

За підсумками дослідження було обґрунтовано основні напрямки поліпшення механізму маркетингової діяльності страхової компанії за рахунок удосконалення збутової та комунікаційної політики, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності як страхових послуг й ПрАТ «СК «Провідна». Основні результати дослідження можуть бути застосовані в практичній діяльності вітчизняних страхових компаній.

Ключові слова: страхування, страхова компанія, страховий маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингова система, страховий продукт, страхова послуга, страхова культура, збутова та комунікаційна політика.

SUMMARY

Belik V. Improvement of marketing activity of the enterprise

The basic theoretical principles of insurance marketing, the essence of the concept, its functions, goals, principles, tasks, complexity and systematic nature were revealed in the work; the description of the insurance product as an important element of the insurance marketing complex; the situation is analyzed and the main tendencies of development of economic and marketing activity of PJSC "Providna" JSC are revealed; conducted a marketing research to determine the level of insurance culture of the society and the potential consumer of insurance products.

According to the results of the study, the main directions of improvement of the mechanism of marketing activity of the insurance company were substantiated by the improvement of marketing and communication policy aimed at increasing the competitiveness as insurance services and

PJSC «IC« Providna ». The main results of the study can be applied in the practical activity of domestic insurance companies.

Key words: insurance, insurance company, insurance marketing, marketing complex, marketing activities, insurance product, insurance service, insurance culture, sales and communication policy.