

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 «Менеджмент»

на тему: «Управління маркетинговою діяльністю підприємства»

Виконавець:

студент факультету економіки
та управління виробництвом

Вінокурова Аделіна Григорівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Данчева Олена Миколаївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Роль маркетингу у діяльності кожного підприємства величезна, – він обумовлює високоприбуткову ритмічну та стабільну діяльність господарюючих суб'єктів. В цих умовах розвиток маркетингової діяльності для підприємств, головною метою яких є не тільки мати прибуток сьогодні, а бути й надалі конкурентоспроможними як на всеукраїнському ринку, так і на європейському, є актуальним, як ніколи раніше.

Маркетинг дає можливість досліджувати ринок, отримати керівникам підприємств інформацію про споживачів, конкурентів, місткість ринку, попит на певні види товарів, маркетинг допомагає визначитися зі сферою діяльності, що є найбільш привабливою для вкладення капіталу. Також маркетинг допомагає визначити засоби, за допомогою яких підприємство організує процес реалізації своїх товарів та послуг, стратегії просування свого товару на ринок, методи формування попиту в умовах постійного тиску з боку конкурентів та ін.

Отже, актуальність обраної теми полягає в тому, що правильно організована та обґрунтована маркетингова діяльність допоможуть підприємству не тільки вижити на внутрішньому ринку за несприятливих умов зовнішнього середовища, але й вийти на нові зарубіжні ринки.

Метою дослідження є дослідження ролі комунікаційної політики та розробка пропозицій для вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства.

Завдання дослідження:

- визначити поняття, цілі та задачі маркетингової діяльності;
- проаналізувати методiku планування маркетингової діяльності;
- проаналізувати фактори, що впливають на маркетингову діяльність на ПАТ «Одескабель»;
- визначити найперспективніші напрямки для вдосконалення маркетингової діяльності на ПАТ «Одескабель»;
- провести аналіз впливу факторів на маркетингову діяльність на ПАТ «Одескабель»;
- обґрунтувати та оцінити економічну ефективність запропонованих заходів для ПАТ «Одескабель».

Об'єкт дослідження ПАТ «Одескабель»

Предметом дослідження є процес формування маркетингової діяльності на ПАТ «Одескабель».

Методи дослідження у роботі були використані методи фінансового аналізу, статистичного аналізу, метод системного аналізу.

Інформаційна база дослідження наукові статті, монографії, періодичні видання, статистична звітність підприємства, фінансово-економічна звітність, внутрішня документація та регламенти підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (__46__ найменувань). Загальний обсяг роботи становить __46__ сторінок. Основний зміст викладено на __36__ сторінках. Робота містить __15__ таблиць, __2__ рисунка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні основи маркетингу в системі ринкових відносин**» розглянуто основні етапи розвитку та сучасна концепція маркетингу, сутність, функції та принципи маркетингу в управлінні підприємством, роль комунікаційної політики в управлінні маркетинговою діяльністю.

У другому розділі «**Аналіз маркетингової діяльності на ПАТ «Одескабель»**» проаналізовано загальний стан підприємства, його фінансово-економічне становище, проведено аналіз маркетингового середовища, надано рекомендації щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства на основі лояльності.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

- ПАТ «Одескабель» на протязі багатьох років робить акцент на якості продукції, що випускається, конкурентних цінах, модернізації і розширенні асортименту продукції, виробництва, висококваліфікованих кадрах та організації управління відповідно до світових стандартів. Такий вектор розвитку компанії дозволяє підприємству бути лідером не тільки в своїй галузі, а й одним із зразкових підприємств всієї країни.
- Керівництвом ПАТ «Одескабель» приділяється достатня увага концепції клієнтоорієнтованої політики. Це передбачає створення довгострокових відносин з клієнтами. Підприємству важливо знати скільки випадкових клієнтів стало постійними, чи відбувається відтік постійних клієнтів та оперативно реагувати на ці зміни зміною політики взаємодії й маркетинговими заходами.
- Індекс лояльності за минулий період (за 2017 рік) дав значення показника, що дорівнює 3,25 балів. Тобто у 2018 р. має місце підвищення рівня лояльності клієнтської бази на $3,83 - 3,25 = 0,58$, або на 15,1%.

АНОТАЦІЯ

Вінокурова А.Г. «Управління маркетинговою діяльністю підприємства».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 073 «Менеджмент».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю на підприємстві, особливості комунікаційної політики в маркетинговій діяльності.

Проаналізовано фінансово-економічну діяльність ПАТ «Одескабель», маркетингове середовище, розроблено заходи щодо удосконалення ефективності маркетингової діяльності на ПАТ «Одескабель».

Ключові слова: управління, маркетинг, кабельно-провідникова продукція, лояльність, задоволений клієнт.

ANNOTATION

Vinokurova A. "Management of marketing activities of the enterprise."

Qualification work for an educational bachelor's degree in specialty 073 "Management".

Odessa National Economic University. - Odessa, 2019.

The work deals with the theoretical aspects of marketing management at the enterprise, especially the communication policy in marketing activities.

Analyzed the financial and economic activities of Odeskabel, the marketing environment, developed measures to improve the effectiveness of marketing activities at Odeskabel.

Key words: management, marketing, cable products, loyalty, satisfied customer.