

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

Кафедра маркетингу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ ___ ” _____ 20__ р.

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 6.030507 «Маркетинг»**

за темою:

Маркетингова діяльність туристичного агентства «Travel Shop»
(ФОП «Товмаш Наталія Миколаївна»)

Виконавець

студентка ЦЗФН

Карпюк Емілія Віталівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

К.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Авдієнко Яна Анатоліївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Актуальність теми зумовлена важливістю маркетингу, як теорії і практики підприємницької діяльності, застосування якого сприяє ефективному функціонуванню підприємств, а також зростаючої ролі споживача у формуванні попиту на певні товари, широке включення українських підприємств у міжнародний поділ праці висувають нові вимоги до системи управління підприємствами. Отже, з огляду на викладене об'єктивна необхідність поглиблення теоретичного та науково-практичного вирішення питань, пов'язаних з удосконаленням маркетингової діяльності на підприємствах, визначає актуальність теми дослідження.

Маркетинг - це особлива галузь економічної науки, яка займається вирішенням проблем раціоналізації у широкому розумінні шляхом розробки відповідного інструментарію. Говорячи про значення маркетингу, насамперед слід підкреслити, що він дозволяє підприємствам краще пристосовуватися до умов ринкової економіки. Сутність маркетингу як управлінської діяльності полягає в тому, що ця діяльність спрямована на орієнтацію виробництва, створення видів продукції, яка відображає вимоги ринку. Під нею розуміють, насамперед, вивчення поточного і перспективного попиту на продукцію на певному ринку і вимог споживачів до таких характеристик товару, як якість, новизна, техніко-економічні й естетичні показники, ціна. Розвиток концепції маркетингу в сучасних умовах управління пов'язано із зростаючою роллю конкретних індивідів та сукупності споживачів в циклі реалізації товарів. Сьогодні неможливо уявити успішне комерційне підприємство, яке б розвивалося без застосування маркетингових принципів, інструментів, концепцій у діяльності будь-якого сучасного підприємства.

Мета дослідження: розробка теоретичних і практичних рекомендацій щодо маркетингової діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є туристичне агенство «TRAVEL SHOP».

Предметом дослідження є методично-методологічні засади процесу управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Завдання:

- виявити сутність та роль маркетингу для підприємств в ринкових умовах господарювання;
- проаналізувати організаційну структуру маркетингу
- проаналізувати маркетингову діяльність підприємства;
- запропонувати шляхи удосконалення маркетингової діяльності досліджуваного підприємства.

Методи виконання: для вирішення поставлених у роботі задач була використана система методів наукового дослідження. Основними теоретичними і методологічними джерелами при написанні даної роботи були українські й іноземні видання, присвячені маркетингу і керуванню маркетинговою діяльністю на підприємстві, а також статті, дані державної статистики, і внутрішня статистична та бухгалтерська звітність підприємства. Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп'ютерних технологій і програмного забезпечення.

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Карпюк Емілії Віталіївни

Маркетингова діяльність туристичного агентства «Travel Shop» (ФОП «Товмаш Наталія Миколаївна»)

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2019 рік

Випускна робота складається з 3 розділів.

У роботі розглядаються теоретичні основи маркетингової діяльності підприємств, дана характеристика 4 та 7 Р, управління маркетингом підприємства. В 2 розділі проведено аналіз маркетингової діяльності «TRAVEL SHOP», а також факторів мікро- та макросередовища, наведено аналіз ринку вантажних перевезень, визначено основні елементи комплексу маркетингу підприємства. В 3 розділі запропоновано рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності «TRAVEL SHOP», а саме оптимізація сайту.

Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, управління маркетингом, інтернет-маркетинг, пошукова оптимізація.

ANNOTATION

Karpiuk Emilia

Marketing activities of Travel Shop travel agency (TM Tovmash Natalya Nikolaevna)

Odessa National Economic University

Odessa, 2019

Graduation work consists of 3 sections.

The paper discusses the theoretical foundations of the marketing activities of enterprises, gives a description of 4 and 7 P, marketing management of the enterprise. Chapter 2 analyzes the marketing activities of TRAVEL SHOP, as well as the factors of the micro and macro environment, analyzes the freight market, identifies the main elements of the company's marketing mix. Section 3 provides recommendations for improving the marketing activities of TRAVEL SHOP, namely site optimization.

Keywords: marketing, marketing mix, marketing management, internet marketing, search engine optimization.