

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

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 «Менеджмент»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Менеджмент організацій»
на тему: «Управління маркетинговою діяльністю»»**

Виконавець:

студент факультету економіки та
управління підприємництвом
Сусленко Юлія Миколаївна _____

Науковий керівник:

викладач
Ясинська Світлана Юліанівна _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТ

Актуальність теми. Ринок України на даному етапі характеризується підвищенням рівня конкурентної боротьби виробників та зниженням купівельної спроможності споживачів. Зростає вимогливість покупців до якості продуктів та рівня надання послуг. Загострення конкурентного середовища обумовлює необхідність пошуку нових підходів до забезпечення конкурентоспроможного розвитку сучасного підприємства. Тому актуальним для підприємства є підвищення ефективності маркетингової діяльності, оскільки саме вона дає змогу задовольнити потреби споживачів та отримати максимально можливий прибуток. В нинішній час, в зв'язку з змінами в суспільстві і економіці, збільшуються вимоги до здатності підприємств пристосуватися до постійно мінливих умов ринку. За останні кілька років економіка кардинально змінилася. Будується нова економічна система, зруйнована командно-адміністративна система. Нову систему можна визначити як багатоукладну економіку з переважно ринковим типом виробничих відносин. У зв'язку з даними обставинами, умовах динамічно змінюваного середовища, збільшується потреба в маркетингу. Зараз жодна сучасна організація не може добре виконувати свої функції без служби маркетингу.

Ефективність маркетингу в управлінні дозволяє досягти мінімальних витрат і максимальних результатів, виходячи з поставлених завдань та очікуваних кінцевих результатів діяльності компанії. Рівень якості розробки програми і бюджету маркетингу, згідно з викладеним, є одним з визначальних елементів ефективності управління підприємства. У кожному підприємстві створюється свій підхід до управління маркетинговою організацією. Тому для покращення управління маркетинговою організацією на ТОВ «Новокаховський завод плавлених сирів» необхідно проаналізувати вплив внутрішнього середовища та провести аналіз маркетингової діяльності.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних та дослідження аспектів управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ «Новокаховський завод плавлених сирів» в сучасних умовах.

Завдання дослідження:

- розглянути сутність процесу управління маркетингом;
- визначити вплив факторів зовнішнього середовища на підприємство;
- дослідити маркетингове середовище в галузі;
- розглянути та проаналізовано складові моделі «7Р»;
- запропонувати та економічно обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Об'єктом дослідження принципи, методи і інструменти управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Новокаховський завод плавлених сирів»

Предметом дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «Новокаховський завод плавлених сирів».

Методи дослідження. При написанні бакалаврської роботи використовувались загальнонаукові методи дослідження такі як: аналіз, спостереження, синтез, систематизація, класифікація. Для аналізу були застосовані спеціалізовані методи та моделі: метод експертних оцінок, модель «5 сил конкуренції» М. Портера, PEST-аналіз, модель маркетинг-мікс «7Р».

Інформаційна база дослідження складається з наукових посібників, статей і монографій, статутних та звітних документів підприємства ТОВ «Новокаховський завод плавлених сирів».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок. Основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 25 таблиці, 10 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи та підходи» проведено детальне дослідження теоретичних основ управління маркетингової діяльності, розглянуто сутність управління маркетингом, розкрита роль основних функцій маркетингу та підходів до управління маркетинговою діяльністю, розглянуто сучасні принципи і методи управління діяльністю маркетингу.

Другий розділ присвячений аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «Новокаховський завод плавлених сирів» й аналізу ринку. Також було проаналізовано маркетингову діяльність та запропоновані заходи для покращення управління маркетинговою діяльністю. Було доведено економічну ефективність запропонованих проектів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Проаналізувавши літературні джерела нами було підкреслена значимість маркетингової діяльності для підприємства у сучасних умовах конкурентної боротьби. Правильно побудована модель управління маркетингом дає змогу підприємствам займати лідируючі позиції на ринку та більш швидко адаптуватися до змін у навколишньому середовищі. Нами також було виділено важливість застосування маркетингових принципів, тому що неможливо уявити успішне підприємство, яке б розвивалося без застосування маркетингових принципів. При формуванні маркетингової діяльності на підприємстві слід визначити ті принципи, за допомогою яких буде формуватися маркетингова діяльність, притаманна кожному окремому підприємству.

2. Проаналізовано зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства. Оцінено вплив факторів конкурентних сил та визначено конкурентну позицію підприємства. Було визначено, що рівень конкуренції є середнім, підприємство є достатньо фінансово стійким.

3. Для підвищення ефективності діяльності підприємства було запропоновано наступні заходи: реорганізація відділу маркетингу; покращення конкурентних позицій шляхом аналізу життєвого циклу товарів та внесення рекомендацій щодо їх подальшого існування.

4. Обґрунтуванням економічної ефективності запропонованих заходів є те, що їх впровадження допоможе збільшити дохід від реалізації у 2020 році.

АНОТАЦІЯ

Сусленко Ю.М., «Управління маркетингової діяльності»».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 073 «Менеджмент» за бакалаврською програмою «Менеджмент організацій».

Одеський національний економічний університет. – м. Одеса, 2020 рік.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління маркетинговою організацією та її особливості для підприємств ринку.

Проаналізовано фінансову та маркетингову діяльність підприємства ТОВ «Новокаховський завод плавлених сирів».

Запропоновано провести заходи щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Новокаховський завод плавлених сирів», а саме реорганізація відділу маркетингу та покращення конкурентних позицій шляхом аналізу життєвого циклу товарів та внесення рекомендацій щодо їх подальшого існування.

Ключові слова: маркетинг, управління маркетингом, концепція маркетингу, принципи маркетингу, ребрендинг.

ANNOTATION

Suslenko J. M., "Management of marketing activities".

Qualifying work for a bachelor's degree in 073 "Management" under the bachelor's program "Management of Organizations".

Odessa National Economic University. - Odessa, 2020.

The paper considers the theoretical aspects of marketing organization management and its features for market enterprises.

The financial and marketing activities of the LTD «Novokakhovka Processed Cheese Plant» are analyzed.

It is proposed to take measures to improve the management of marketing activities of LTD «Novokakhovka Processed Cheese Plant», namely the reorganization of the marketing department and the improvement of competitive positions by analyzing the life cycle of goods and making recommendations for their continued existence.

Keywords: marketing, marketing management, marketing concept, marketing principles, rebranding.