

Форма № Н-9.02

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФМЕ

(повна назва факультету)

Кафедра маркетингу

(повна назва кафедри)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(підпис)

**д.е.н. Литовченко І.Л.**

(прізвище та ініціали)

“ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

## Дипломна робота

на здобуття освітньо-кваліфікаційного  
рівня магістра

з теми «Маркетинг підприємства «Шампань України»  
на ринку виноробної продукції»

Виконав: студентка 5 курсу, групи 5  
спеціальності  
8.03050701 маркетинг

**Осатаненко М.В.**

(прізвище та ініціали)

Керівник **Оснач О.Ф.**

(прізвище та ініціали)

Рецензент **Дерменжи А.З.**

(прізвище та ініціали)

ОДЕСА - 2015 року

## Зміст

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Маркетинг як основа конкурентоспроможності підприємства</b>	
1.1 Сутність, принципи, завдання маркетингу та його роль у функціонуванні підприємства.....	7
1.2. Головні інструменти управлінням конкурентоспроможністю підприємства та ефективності його діяльності.....	14
1.3. Особливості маркетингової діяльності на ринку виноматеріалів.....	27
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1</b> .....	33
<b>РОЗДІЛ 2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства</b>	
2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства «Шампань України»	34
2.2. Аналіз складових комплексу маркетингу на підприємстві.....	43
2.3 Аналіз конкурентоспроможності підприємства.....	59
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2</b> .....	66
<b>РОЗДІЛ 3. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства «Шампань України»</b>	
3.1. Удосконалення організації маркетингової діяльності та товарної політики підприємства.....	67
3.2. Вдосконалення цінової політики на підприємстві «Шампань України»	77
3.3. Формування маркетингової комунікаційної політики .....	87
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3</b> .....	97
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	98
<b>Список використаних джерел</b> .....	100
<b>Додатки</b> .....	105