

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допущено до захисту
Завідувач кафедри д.е.н., проф. Кузнецова І.О.

„ ____ ” _____ 2015 року

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр»

(напрямок підготовки 6.030601 – менеджмент)

на тему:

**«УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПП «АДЕПТ-КОМПЛЕКТ»»**

Виконавець:

студент IV курсу ФЕУВ

Бовбочан О.В. _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Карпенко Ю.В. _____

Одеса 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	4
1.1. Сущность маркетинговой деятельности и её роль на предприятии.	4
1.2. Средства продвижения товара на рынок: преимущества и недостатки.	8
1.3. Методы разработки бюджета маркетинга	13
РАЗДЕЛ 2. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ЧП «АДЕПТ-КОМПЛЕКТ»	199
2.1 Анализ рынка строительных услуг Украины.....	19
2.2. Анализ производственно-хозяйственной деятельности ЧП «Адепт- Комплект»	25
2.3 Анализ практики маркетинговой деятельности ЧП «Адепт-Комплект»	44
2.4 Разработка комплекса маркетинговых действий ЧП «Адепт-Комплект».....	46
2.4.1 Анализ конкурентоспособности предприятия ЧП «Адепт-Комплект» и его услуг	46
2.4.2 Разработка плана мероприятий по рекламе и стимулированию сбыта ЧП «Адепт-Комплект».....	50
2.4.3 Разработка бюджета маркетинга и оценка эффективности маркетинговых мероприятий	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	63
ПРИЛОЖЕНИЕ	66

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития нашей страны отличается динамизмом и качественными изменениями во всех сферах общественной жизни. В рыночных условиях, когда производственные предприятия, объединения и другие организации независимы, нормальное их функционирование практически невозможно без хорошо организованной маркетинговой деятельности.

Разработка комплекса маркетинга для фирмы сегодня является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Даже самый лучший товар с превосходными характеристиками не может обладать достаточным уровнем конкурентоспособности без предварительной подготовки потребителей. Поэтому актуальность выбранной темы исследования не вызывает сомнения.

Целью данной дипломной работы является: изучение теоретических основ управления маркетинговой деятельностью предприятия и разработка на основе полученных знаний плана маркетинга строительной компании ЧП «Адепт-Комплект».

Для достижения поставленной цели в дипломной работе были поставлены следующие задачи:

- исследовать теоретические основы управления маркетинговой деятельностью предприятия;
- проанализировать рынок строительных услуг Украины;
- проанализировать производственно-хозяйственную деятельность ЧП «Адепт-Комплект»;
- изучить практику управления маркетинговой деятельностью ЧП «Адепт-Комплект»;
- разработать комплекс маркетинговых действий ЧП «Адепт-Комплект»;

Объектом исследования является строительная компания ЧП «Адепт-Комплект». Предметом исследования выступают теоретические и практические аспекты управления маркетинговой деятельностью фирмы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

Изученные в процесс подготовки данной работы материалы позволяют сделать вывод, что сегодня разработка комплекса маркетинга на предприятии является неотъемлемой частью его успешного функционирования на рынке товаров и услуг.

В дипломной работе были даны рекомендации по усовершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, рассмотрены основные аспекты разработки маркетинговой политики предприятия, определены цели и задачи, бюджет маркетинга.

В работе был проведен анализ основных показателей хозяйственной деятельности ЧП «Адепт-Комплекс» и рассчитаны показатели ликвидности и платежеспособности, что дает характеристику устойчивости финансового состояния организации. Кроме того, следует обратить внимание, что снижение объема выполнения строительных услуг за исследуемый период, в целом, негативно не отразилось на функционировании предприятия.

Проведенный анализ конкурентоспособности и SWOT-анализ, показывает, что предприятие, как и его услуги, обладает сильными и слабыми сторонами, имеет направления развития и усовершенствования. Также, в работе проведен анализ маркетинговой деятельности предприятия и, соответственно, проанализированы затраты на данный вид деятельности. После чего, для усовершенствования управления маркетинговой деятельностью был разработан бюджет маркетинга, произведена оценка его эффективности и сделаны соответствующие выводы.

Следует отметить, что с целью совершенствования маркетинговой деятельности ЧП «Адепт-Комплект» принято решение применить новые средства продвижения, а именно:

- реклама в специализированных журналах;
- прямая почтовая рассылка разработанных каталогов;
- размещение рекламы в специализированных интернет-каталогах;

➤ размещение рекламы на сайтах строительных услуг.

Что касается сбыта, то на ЧП «Адепт-Комплект», мы бы также предложили использовать ценовые методы стимулирования, и неценовые, а именно, скидку на шеф-монтаж в первые 3 месяца года, участие в выставках, что в будущих периодах увеличило объемы заказа услуг и узнаваемость фирмы.

В заключении дипломной работы была представлена оценка эффективности предложенных выше маркетинговых мероприятий ЧП «Адепт-Комплект». Таким образом, реализуя вышеуказанные мероприятия по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью предприятия, позволят предприятию в планируемом периоде иметь четкие показатели роста объема реализации, прибыли и рентабельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. - М.: Русская деловая литература, 1999.-416с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. [электронный ресурс]/ Режим доступа: http://www.f-kotler.narod.ru/download/filip_kotler_osnovy_marketinga.pdf
3. Багинский В.В. Совершенствование маркетинговой деятельности на предприятии// Экономика & государство.-2009.- №5.-С.57-60.
4. Сворцов И.Б. Количественные методы планирования маркетинговой деятельностью предприятия// Экономика & государство.-2009.- №11.-С.128-130.
5. Турченко М.О. Маркетинг. Канали просування товарів / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://westudents.com.ua/glavy/36900-82-kanali-prosuvannya-tovarv.html>
6. Калужский М.Л, Четыре вида продвижения товара в маркетинге/ [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://sdo.elitarium.ru/chetyre_vida_prodvizhenija_tovara_v_marketinge/
7. Бутенко Н.В. Маркетинг - [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://uchebnikionline.com/marketing/marketing-butenko_nv/marketing-butenko_nv.htm
8. Дурович А.П. Маркетинг на фирме: учебное пособие. – М.: Издательство «Новое знание», 2011. - 496 с.
9. Маркетинг: Учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. — 3-е изд. — М.: Омега-Л, 2005. - 656 с.
10. Ополченев И.И. Маркетинг на фирме: обеспечение рыночной позиции: Учебное пособие, 2012. - 318 с.
11. Бронникова Т.С., Чернявский А.Г. Маркетинг: учебное пособие Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999. – 229 с.
12. Стоянова Е.С. Финансы маркетинга. - М.: Перспектива, 2010. - 218.с.

13. Федько В.П. Основы маркетинга. – Учебное пособие. Издательство «Новое знание», 2004. – 216 с.
14. Примак Т. О. Маркетинг: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2004. — 228 с.
15. Соболев И.И., Соболева Е.А. Финансово-экономическая деятельность фирмы: Учебно-методическое пособие. – М.: Издательство «Финансы и статистика», 2011. – 128 с.
16. Градов А.П. Организационная структура и функции службы маркетинга предприятия: Учебное пособие. - СПб: Итер, 2011. – 315 с.
17. Горемыкин В.А. Бизнес-план: методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана: «Ось-89», 2003.— 576 с.
18. Касов М.В. Маркетинговое исследование рынка// Маркетинг. - 2012. - №2. – С. 15-18.
19. Карпов В. Маркетинговое исследование рынка// Маркетинг. – 2012. - №2. – С. 22-24.
20. Маркетинг менеджмент. Научное издание / Под ред. Туган-Барановского М., Балабановой Л.В. — Донецк: Дон ГУЭТ, 2010. — 594 с.
21. Ричард Отт. Создавая спрос. Эффективные советы и рекомендации по маркетингу ваших товаров и услуг/Перевод с англ. - М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 2010.- 320с.
22. Поляков Д.Н. Public Relations как составная часть маркетинга в Украине. // Маркетинг и маркетинговые исследования в Украине. – 2011. - №3. - с.15-21.
23. Рыжов О. В. Оцениваем рентабельность финансово-хозяйственной деятельности компании. // Главбух. – 2011. - №2 (январь)
24. Успенский И. В. Интернет как инструмент маркетинга. — СПб.: БХВ — Санкт-Петербург, 2012 - 286 с.
25. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. – СПб.: Питер, 2011. – 352 с.
26. Челенков А. Маркетинг услуг: продукт // Маркетинг 2011.- №2.- С.116-120.

27. Яновский А. “Паблик Рилейшнз” как средство обеспечения экономического благополучия предприятия. // Маркетинг. - 2010. - №2. - С.5-13
28. Стоянова Е.С. Финансы маркетинга. - М.: Перспектива, 2010. - 218.с.
29. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия. - М.: Финансы и статистика, 2010.
30. Хэмилтон Дж. Что такое маркетинговое исследование? Пер с англ. Новикова Е.В. -М.: Гфк, 2012. – 128 с.