

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

Кафедра _____ маркетингу _____
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

_____ (підпис)
“ ____ ” _____ 2018 р.

АВТОРЕФЕРАТ

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності _____ 075 «Маркетинг» _____
(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування

_____ Стратегічний маркетинг _____
(назва магістерської програми)

на тему: «**Проектний менеджмент у маркетинговій діяльності
підприємств**»
(назва теми)

Виконавець:

студент 65 групи факультету
Коломиєць Валерій Сергійович

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

Науковий керівник:

доц. _____
(науковий ступінь, вчене звання)
Смирнова Наталья Василівна

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

Актуальність теми. Діяльність будь-якого підприємства, не заважаючи ні на розміри, ні на сферу діяльності, ні на регіональні особливості, складається з певного переліку бізнес-процесів. На перших етапах становлення капіталістичної системи виробництва в державах Східної Європи (1991-2008), роль менеджменту проектів була незначною. Цей період пов'язаний з слабким рівнем конкуренції, наявністю не чим не підкріпленого попиту, який вилиється у глобальну фінансову кризу 2008 року, відсутністю жорсткого пересичення ринку товарами різних виробників, відсутністю соціально-політичних та економічних проблем та іншими факторами.

Після подій 2014 року, в Україні погіршився маркоекономічний клімат, тобто знизив паритет купівельної спроможності, знизився попит на продукцію кінцевого та промислового значення, знизилися ринки збуту продукції, зросла конкуренція між підприємствами, загострилися соціально-економічні проблеми.

Новий стан внутрішніх та зовнішніх макро- та мікрофакторів, змушує підприємства різних галузей впроваджувати нові заходи по підвищенню конкурентоспроможності як підприємства в цілому так і кожного конкретного продукту, бізнес-процесу, робітника зокрема.

На даному етапі існування людства, існують наступні підходи до менеджменту проекту: AgilePM®, PMBOK®, PRINCE2®, PRINCE2 Agile®, P2M®, IPMA Individual Competence Baseline®, ISO® 21500:2012, ГОСТ Р 54 869-2011, GAPPS GL1® та інші.

Питання використання методів проектного менеджменту у маркетинговій діяльності підприємств висвітлювались у працях вітчизняних науковців, а саме: Ноздріна Л.В., Ящук В.І., Полотай О.І., Полотай О.І., Ольдерогге Н.Г., Ольдерогге Н.Г., Бабаєв В.М., Батенко Л. П., Ліщинська В. В. Проте багато питань пов'язаних з оцінкою ефективності використання управління проектами в сфері маркетингової діяльності підприємств є невирішеними і вимагають подальших досліджень.

Мета та завдання дослідження. Метою дипломної роботи є обґрунтування теоретичних положень, методичних підходів проектного менеджменту та науково-прикладних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності. Відповідно до поставленої мети в дослідженні ставилися та вирішувалися наступні завдання:

- узагальнити теоретичні основи проектного менеджменту;
- визначити особливості проектного менеджменту у маркетингу;
- сформулювати опис існуючого стану проектного менеджменту на підприємстві;
- проаналізувати макро- та мікросередовище підприємства ПАТ «Одескабель»;
- дослідити діяльність конкурентів ПАТ «Одескабель» на українському ринку;
- розробити рекомендації щодо впровадження проектного менеджменту у відділі маркетингу;
- оцінити ефективність розробки маркетингового стандарту за допомогою методів проектного менеджменту;
- обґрунтувати доцільність впровадження в маркетингову діяльність відділу маркетингу проектних методів.

Об'єктом дослідження є процеси проектного менеджменту в маркетинговій діяльності ПАТ «Одескабель».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо проектного управління маркетинговими процесами підприємства.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною базою дослідження виступає загальнонауковий діалектичний метод пізнання. В процесі написання дипломної роботи використовувалися такі методи дослідження, як: абстрактно-логічний (при узагальненнях макро- та мікроекономічної інформації); аксиоматичний (при застосуванні аналізі

математичних моделей); монографічний (при представленні розробок інших науковців); історичний (при висвітленні особливостей розвитку ринку кабельної галузі в Україні); індексний (при характеристиці ефективності проекту); групування та спостереження (при оцінці техніко-економічних показників підприємства «Одескабель»), економіко-математичний (при аналізі математичних моделей).

Джерелами інформації служили

Елементи наукової новизни отриманих результатів полягають в формулювання визначення проектного менеджменту у сфері маркетингу. Визначення об'єднує класичне трактування проектного менеджменту з урахуванням класичних маркетингових концепцій (функціональні маркетингові стратегії) та термінів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що підприємство ПАТ «Одескабель» має змогу розрахувати ефективність розробки маркетингового проекту за допомогою методів проектного менеджменту та, тим самим, підвищити ефективність своєї діяльності.

Апробація результатів дипломної роботи. Проблема впровадження в маркетингову у маркетингову діяльність підприємств методів проектного менеджменту розглядалася у статті «ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА».

Структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Зміст роботи представлений на 6-87 сторінках комп'ютерного тексту. Дипломна робота містить 45 таблиць, 12 рисунків, 12. Бібліографічний список нараховує 50 літературних джерел.

АНОТАЦІЯ

Коломиєць В. С., «Проектний менеджмент у маркетинговій діяльності підприємств»,
(*прізвище та ініціали студента*) (*назва кваліфікаційної роботи*)
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
« стратегічний маркетинг » за магістерською програмою
« 075 Стратегічний маркетинг »,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – використання проектного менеджменту у маркетинговій діяльності підприємства.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти проектного менеджменту, методології проектного менеджменту, особливостей реалізації проектного менеджменту у маркетинговій діяльності підприємства.

Проаналізовано маркетингові процеси у відділі маркетингу ПАТ «Одескабель», внутрішню маркетингову звітність підприємства, зовнішні джерела маркетингової інформації.

Запропоновано Визначення проектного менеджменту у з точки зору маркетингу.

Ключові слова: проектний менеджмент, маркетинг, промисловий маркетинг, менеджмент, инвестиційний менеджмент.

ANNOTATION

_____, « Project management in marketing activities of enterprises »,
(*students surname and initials*) (*work title*)
thesis for Master degree in specialty « _____ strategic marketing »
under the program « 075 Strategic Marketing »,
Odessa National Economic University
Odessa, 2018

Thesis consists of three chapters. Object of study use of project management in marketing activity of the enterprise.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of project management, methodology of project management, peculiarities of project management implementation in marketing activity of the enterprise.

Keywords: project management, marketing, industrial marketing, management, investment management.