

Титульна сторінка реферату кваліфікаційної роботи магістра

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

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
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: **«Маркетингова діяльність на ринку b2b»**
(назва теми)

Виконавець:

студент ФМЕ факультету

Тхір Є.О.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

К. е. н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Кухарська Н.О.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в тому, що правильно організована та обґрунтована маркетингова діяльність на ринку b2b допоможуть підприємству не тільки вижити на внутрішньому ринку за несприятливих умов зовнішнього середовища, але й вийти на нові зарубіжні ринки.

Мета дослідження розробка теоретико-методичних і практичних рекомендацій, спрямованих на удосконалення маркетингової діяльності на ринку b2b. *Завдання дослідження:*

- описати маркетингову діяльність на ринку b2b;
- дослідити конкурентоспроможність підприємства;
- проаналізувати маркетингову діяльність на ТОВ «Цемент»;
- запропонувати заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «Цемент» на ринку b2b;
- обґрунтувати ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження процес оцінки маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Цемент» на ринку b2b.

Предмет дослідження ефективність маркетингової діяльності на ринку b2b.

Методи дослідження: загальнонаукові – аналіз і синтез, статистичні, маркетингові методи : експертних оцінок, табличний і графічний методи.

Інформаційна база дослідження законодавчі акти, звітні дані підприємств-виробників цементу, матеріали Держкомстату України, української асоціації підприємств і організацій цементної промисловості.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань) та 1-го додатку. Загальний обсяг роботи становить 95 сторінок. Основний зміст викладено на 89 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 22 рисунка.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти стратегічного розвитку підприємства*» розглянуто сутність стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі «*Оцінка маркетингової діяльності підприємства «ТОВ цемент» на ринку b2b*» проаналізовано маркетингову діяльність ТОВ «Цемент», конкурентоспроможність підприємства на ринку b2b.

У третьому розділі «*Розробка заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві «ТОВ цемент» на ринку b2b*» запропоновано заходи щодо вдосконалення комунікативної політики підприємства як елементу маркетингової діяльності на ринку b2b, рекомендації щодо підвищення ефективності виставкової діяльності.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Ринок цементу, на якому працює ТОВ «Цемент» є досить насиченим, тому для підтримання високого рівня конкурентоспроможності наявність маркетингового відділу просто необхідна.
2. Рентабельність маркетингових витрат показує досить різні позначки протягом двох останніх років. У 2017 році підприємство за проведену маркетингову кампанію отримало 72 грн. збитку, а в 2016 році – 6 грн. прибутку на кожну витрачену гривню. Це може бути пов'язано з тим, що у ТОВ «Цемент» не низькі ціни на ринку, а події в Україні змушують споживачів цементу орієнтуватись по-перше не на якість продукції, а на її ціну.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «075 Маркетинг» за магістерською програмою «Стратегічний маркетинг»
(шифр та назва спеціальності) (назва магістерської програм)

– Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2018.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингової діяльності на ринку b2b. Проаналізовано конкурентоспроможність на ринку b2b. Запропоновано заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві ТОВ «Цемент» на ринку b2b.

Ключові слова: маркетингова діяльність, ринок b2b, аналіз конкурентоспроможності, ефективність маркетингової діяльності, вдосконалення маркетингу, маркетингова стратегія, комунікативна політика.

ANNOTATION

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty «075 Marketing» under the master's program «Strategic marketing». – Odessa National Economics University.
(code and name of the specialty) (title of master program)

– Odessa, 2018.

The work deals with the theoretical aspects of essence the market b2b, the difference between industrial and consumer marketing, the influence of competition on the activity of enterprise.

The strategy of marketing development of the enterprise for increase of competitiveness in the market is offered/

Keywords : marketing activity, b2b market, competitiveness analysis, marketing effectiveness, marketing enhancement, marketing strategy, communicative policy.