

АНОТАЦІЯ

Декадіна С. О. Розробка маркетингового плану підприємства (на прикладі ТОВ «Profi Product»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі досліджено теоретичні основи маркетингового планування, включаючи його сутність, інструменти, методи та сучасні тенденції, такі як цифровізація, персоналізація, омніканальність і орієнтація на сталість. Методи дослідження охоплюють аналіз, синтез, узагальнення, SWOT- і PEST-аналіз, а також економіко-математичні методи для оцінки ефективності маркетингових заходів.

Проаналізовано економічну діяльність, ринкове середовище та маркетингову стратегію ТОВ «Profi Product», представлено таблиці, рисунки й графіки, на основі яких сформульовано висновки.

Запропоновано маркетинговий план, що включає впровадження CRM-системи, персоналізовану рекламу, омніканальні підходи та просування екологічних цінностей, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: маркетингове планування, маркетинговий план, цифровізація, персоналізація, ТОВ «Profi Product».

ANNOTATION

Dekadina S. O. Development of a marketing plan for an enterprise (on the example of «Profi Product» LLC)

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «075 Marketing» for the educational program «Marketing and International Logistics». – Odessa National Economic University. – Odessa, 2025.

The work examines the theoretical foundations of marketing planning, including its essence, tools, methods, and modern trends such as digitalization, personalization, omnichannel approach, and sustainability orientation. Research methods included analysis, synthesis, generalization, SWOT and PEST analysis, as well as economic-mathematical methods to assess the effectiveness of marketing activities.

The economic performance, market environment, and marketing strategy of «Profi Product» LLC were analyzed, with tables, figures, and graphs presented, based on which conclusions were drawn.

A marketing plan was proposed, incorporating the implementation of a CRM system, personalized advertising, omnichannel approaches, and promotion of environmental values, aimed at enhancing the enterprise's competitiveness.

Keywords: marketing planning, marketing plan, digitalization, personalization, «Profi Product» LLC.