

АНОТАЦІЯ

Валькова В. О. «Організація маркетингової діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «Рендалл»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика
(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі проаналізовано підходи до вдосконалення організації маркетингової діяльності інженерно-технічного підприємства на прикладі ТОВ «РЕНДАЛЛ». Розкрито теоретико-методологічні основи маркетингового управління в умовах динамічного конкурентного середовища, охарактеризовано основні функції, принципи та рівні реалізації маркетингової діяльності, а також особливості оцінювання її ефективності. Акцентовано на ролі маркетингу в забезпеченні ринкової стійкості підприємства, його адаптивності до зовнішніх викликів та формуванні довготривалих конкурентних переваг. У межах практичної частини дослідження здійснено оцінку економічного стану ТОВ «РЕНДАЛЛ», проаналізовано маркетингове середовище за допомогою STEP-аналізу, визначено сильні та слабкі сторони підприємства за результатами SWOT-аналізу, проведено конкурентне зіставлення та побудовано багатокутник конкурентоспроможності. Оцінка маркетингової системи підприємства за моделлю 4P дозволила виявити ключові резерви зростання, зокрема у сфері комунікаційної політики. На основі проведеного аналізу запропоновано два практичні напрями вдосконалення маркетингової діяльності: розробку офіційного веб-сайту підприємства та запровадження цифрових каналів комунікації через соціальні мережі. Для кожного із заходів сформовано детальну структуру впровадження, обґрунтовано рівень витрат, здійснено прогнозування економічної ефективності та проаналізовано соціальні ефекти.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, інженерно-технічне підприємство, комунікаційна стратегія, цифрові канали, конкурентоспроможність, соціальні мережі.

ANNOTATION

Valkova V. "Organization of enterprise's marketing activities (on the example of Randall LLC)"

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 "Marketing" in the educational program Marketing and international logistics
Odessa National Economic University - Odesa, 2025.

The paper analyzes approaches to improving the organization of marketing activities of an engineering and technical enterprise using the example of Randall LLC. The theoretical and methodological foundations of marketing management in a dynamic competitive environment are revealed, the main functions, principles and levels of implementation of marketing activities are characterized, as well as the features of assessing its effectiveness. The emphasis is on the role of marketing in ensuring the market stability of the enterprise, its adaptability to external challenges and the formation of long-term competitive advantages. Within the practical part of the study, an assessment of the economic condition of Randall LLC was carried out, the marketing environment was analyzed using STEP analysis, the strengths and weaknesses of the enterprise were determined based on the results of SWOT analysis, a competitive comparison was conducted and a polygon of competitiveness was built. The assessment of the enterprise's marketing system using the 4P model allowed to identify key growth reserves, in particular in the field of communication policy. Based on the analysis, two practical directions for improving marketing activities were proposed: the development of the company's official website and the introduction of digital communication channels through social networks. For each of the measures, a detailed implementation structure was formed, the level of costs was justified, economic efficiency was forecasted, and social effects were analyzed.

Keywords: marketing, marketing activities, engineering and technical enterprise, communication strategy, digital channels, competitiveness, social networks.