

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

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: **«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА »**
(назва теми)

Виконавець:

студент факультету економіки та
управління підприємством

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

Науковий керівник:

_____ викладач _____
(науковий ступінь, вчене звання)

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

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми У сучасних умовах успіх діяльності підприємств передусім залежить від їх маркетингової діяльності, оцінка ефективності якої є основною функцією маркетингового управління. Основним призначенням оцінки є цілеспрямований вплив економічних, інформаційних, організаційних, технологічних та функціональних заходів на розвиток і підвищення якості функціонування об'єкта оцінки. Отже, актуальність обраної теми полягає в тому, що правильно організована та обґрунтована маркетингова діяльність допоможуть підприємству не тільки вижити на внутрішньому ринку за несприятливих умов зовнішнього середовища, але й вийти на нові зарубіжні ринки.

Мета дослідження є аналіз особливостей організації маркетингової діяльності на підприємстві та розробка заходів з її вдосконалення.

Завдання дослідження:

- визначити поняття, цілі та задачі маркетингової діяльності;
- проаналізувати процес формування маркетингової діяльності на підприємстві;
- проаналізувати фактори, що впливають на маркетингову діяльність на ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- визначити найперспективніші напрямки для вдосконалення маркетингової діяльності на ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- виявити фактори, що впливають на успіх маркетингової діяльності;
- оцінити економічну ефективність запропонованих заходів для ТОВ «Телекарт-Прилад».

Об'єкт дослідження є ТОВ «Телекарт-Прилад».

Предметом дослідження процес формування маркетингової діяльності на ТОВ «Телекарт-Прилад».

Методи дослідження: під час проведення дослідження були використані діалектичний метод наукових знань, методологію системного аналізу.

Інформаційна база дослідження Вихідними даними для дослідження і розробки поставлених задач були наукові статті, монографії, періодичні видання, статистична звітність підприємства, внутрішня документація та регламенти підприємства, що відповідно були оброблені й узагальнені для одержання необхідних висновків і рекомендацій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (25 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 47 сторінок. Основний зміст викладено на 40 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 6 рисунків, 3 формули, 1 схему.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні основи маркетингової діяльності підприємства**» розглянуто сутність, функції та принципи маркетингової діяльності підприємства, методи оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства, вплив конкурентної боротьби на формування маркетингової стратегії підприємства.

У другому розділі «**Аналіз та оцінка проведення маркетингової діяльності на ТОВ «Телекарт-Прилад»**» було проаналізовано фінансово-економічний стан підприємства та надані рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад».

Запропоновано основні можливості щодо підвищення ефективності діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад»:

- ✓ створення власної роздрібною мережі;
- ✓ впровадження системи заходів стимулювання збуту;
- ✓ підвищення якості продукції;
- ✓ освоєння додаткових послуг;
- ✓ удосконалення маркетингової політики;
- ✓ розвиток інтернет-торгівлі;
- ✓ оновлення власного сайту.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

Ефективність прийняття маркетингових рішень є важливим показником об'єктивної оцінки ефективності маркетингової діяльності: від реалізації управлінських функцій до застосування маркетингових інструментів, включаючи використання маркетингових ресурсів.

Концепція клієнтоорієнтованої поведінки підприємства – це шлях до довгострокових відносин. Цей підхід дозволяє із випадкових клієнтів зробити постійних, контролювати відтік постійних клієнтів, аналізувати причини цього та своєчасно реагувати на це маркетинговими діями та управлінськими рішеннями.

Витрати на заходи з удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» складають 3835,0 тис. грн. Маржинальний дохід покрити витрати на заходи і забезпечить отримання додаткового прибутку в розмірі: 10185,0 тис. грн. Звідси можемо зробити висновок, що запропоновані заходи є економічно обґрунтовані та ефективними