АНОТАЦІЯ

Кушнір В. Ю. « Розробка плану маркетингу для підприємства ТМ «Piazza del Caffe »»

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 розглядаються теоретичні аспекти розробки маркетингового плану, сутність маркетингового планування, основні підходи до розробки маркетингового плану, інструменти та методи маркетингового аналізу.

Проаналізовано ринок кави в Україні, досліджено конкурентне сердовище та позиціонування ТМ «Piazza del Caffe», проведений аналіз поточної маркетингової стратегії та ефективності маркетингових заходів.

Запропоновано маркетинговий план для ТМ «Piazza del Caffe», стратегічні напрями розвитку бренду та комплекс маркетингових заходів.

Ключові слова: маркетингове планування, стратегія, бренд, маркетинговий аналіз, ринок кави, конкурентне середовище, маркетингові заходи, позиціонування, споживач.

ANNOTATION

Kushnir V.Y. «Developmentof a marketing plan for the company TM «Piazza del Caffe»»

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

The work deals with the theoretical aspects of developing a marketing plan, the essence of marketing planning, the main approaches to developing a marketing plan, as well as the tools and methods of marketing analysis.

The coffee market in Ukraine was analyzed, the competitive environment and positioning of the Piazza del Caffe TM were studied, the current marketing strategy and the effectiveness of marketing activities were analyzed.

A marketing plan for the TM "Piazza del Caffe", strategic directions for brand development and a set of marketing activities are proposed.

Keywords: marketing planning, strategy, brand, marketing analysis, coffee market, competitive environment, marketing activities, positioning, consumer.