МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра __маркетингу___
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності __6.030507 Маркетинг____
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
_____Маркетинг_____
(назва освітньої програми)

на тему: «Організація та управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ "Сільпо-ФУД"»
(назва теми)

Виконавець:
студентка ФМЕ_____
Сергутіна Таїсія Ігорівна__
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
____к.е.н._____
(науковий ступінь, вчене звання)
Авдієнко Яна Анатоліївна__
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Управління маркетингом має важливе місце в формуванні сучасного підприємства, однак воно розглядається більшістю науковців та практиків із позицій функцій маркетингу в межах відділу маркетингу підприємства, але не з позицій управління ним у межах цілого підприємства, тобто на сьогоднішній день незначну увагу приділено формуванню цілісної системи управління маркетингом як процесу, що охоплює всі напрями діяльності підприємства.

Питання маркетингового управління досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні науковці: Г. Армстронг, П. Друкер, Ф. Котлер, К. Л. Келлер, Р. Бренсон, А. В. Войчак, Л. В. Балабанова, М. М. Біловодська, М.І. Белявцев, В.Н. Воробйова, Р. Х. Іванова, С. С. Гаркавенко та ін. Проте питання напрямів розвитку маркетингового управління в секторі економіки з урахуванням змін, що відбулися в процесі його глобалізації, залишаються недостатньо вивченими.

В наш час кожна компанія зацікавлена в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Для цього необхідно знати, як аналізувати ринкові можливості, обирати цільові ринки, розробляти комплекс маркетингу і ефективно управляти маркетинговими складовими. Таким чином, актуальність обраної теми полягає в тому, що правильно організоване маркетингове управління забезпечить підприємству конкурентне положення на ринку навіть за несприятливих умов зовнішнього середовища.

Мета дослідження аналіз організації маркетингової діяльності та управління маркетингом на підприємстві і розробка рекомендацій щодо поліпшення організації маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-ФУД».

Завдання дослідження:

- Розглянути загальні поняття та елементи організації та управління маркетинговою діяльністю підприємства.
- Охарактеризувати діяльність ТОВ «Сільпо-ФУД».
- Оцінити його положення серед конкурентів на ринку та проаналізувати мікро- та макросередовище компанії.
- Проаналізувати стан комплексу маркетингу ТОВ «Сільпо-ФУД».
- Запропонувати вирішення існуючих проблем щодо стану маркетингової діяльності на підприємстві.

Об'єкт дослідження маркетингова діяльність товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «Сільпо-ФУД».

Предмет дослідження поведінка реальних і потенційних споживачів до ТОВ «Сільпо-ФУД».

Методи дослідження діалектичний метод наукового пізнання економічних явищ і процесів, який дає змогу розглянути їх у розвитку. Також, застосовуються спостереження та порівняння, розрахунково-аналітичний метод і прогнозування, що дозволило розробити пропозиції щодо вирішення проблем маркетингової діяльності компанії.

Інформаційна база дослідження офіційні матеріали та документи, наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів, наукові інформаційні видання,

документи та форми статистичної звітності ТОВ «Сільпо-ФУД», корпоративні сайти компанії, наукові статті та Інтернет-ресурси.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) та 1-го додатку. Загальний обсяг роботи становить 71 сторінка. Основний зміст викладено на 67 сторінках. Робота містить 23 таблиці, 21 рисунок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти організації та управління маркетингової діяльності» розкрито теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю підприємства, дана характеристика видам маркетингового управління та плану маркетингу.

У другому розділі «Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-ФУД» проведено аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-ФУД», а також факторів мікро- та макросередовища, наведено аналіз ринку роздрібної торгівлі, визначено основні елементи комплексу маркетингу підприємства.

У третьому розділі «Рекомендації з удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-ФУД» запропоновано рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-ФУД», а саме оптимізація проведення рекламних заходів.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши рекламну діяльність ТОВ «Сільпо-ФУД» було виявлено, що компанія не використовує усі канали реклами в повній мірі, а саме рекламу в Інтернеті. На даний момент реклама компанії в Інтернеті представлена лише на офіційному сайті «Сільпо».

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Для розширення цільової аудиторії підприємства у мережі Інтернет запропоновані такі заходи: відеореклама, інтегрована у відео сайтах, банерна реклама, контекстна реклама.
2. Для підвищення впізнання ТМ було запропоновано запровадити такі види реклами, як: реклама на телебаченні, зовнішня реклама. Запропоновані заходи при обсягах продажу 2018-2019 років є ефективними та мають збільшити потенційну аудиторію покупців.

Отже, у роботі були розглянуті загальні поняття та елементи організації та управління маркетинговою діяльністю підприємства, було охарактеризовано діяльність ТОВ «Сільпо-ФУД» і оцінено його положення серед конкурентів на ринку та проаналізовано мікро- та макросередовище компанії. Проаналізувавши стан комплексу маркетингу ТОВ «Сільпо-ФУД», було запропоновано вирішення існуючих проблем щодо стану маркетингової діяльності на підприємстві.

АНОТАЦІЯ

Сергутіна Т. І. «Організація та управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ “Сільпо-ФУД”».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «_____6.030507 Маркетинг_____»

(шифр та назва спеціальності)

за освітньою програмою «__Маркетинг__». -

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти організації та управління маркетингом підприємства роздрібної торгівлі.

Проаналізовано діяльність ТОВ «Сільпо-ФУД», основні фінансові показники, маркетингове середовище та комплекс маркетингу. Було проведено дослідження, направлене на визначення ефективності комунікативних заходів компанії.

Запропоновано вирішення існуючих проблем, шляхом розробки нових та вдосконалення старих комунікативних заходів. Зокрема, зовнішня реклама, реклама на телебаченні та Інтернет-реклама.

Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, комунікативна політика, інтернет-маркетинг, рекламна діяльність.

ANNOTATION

Serhutina T. «Organization and management of marketing activities of the enterprise «Silpo-FUD»».

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty

«_____6.030507 Marketing_____»

(code and name of the specialty)

for the educational program «_____Marketing_____». –

(title of the educational program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The work deals with the theoretical aspects theoretical aspects of organization and management of marketing of retail business.

Author analysis activity of "Silpo-FUD", main financial indicators, marketing environment and marketing complex. A study was conducted to determine the effectiveness of the company's communication activities.

The solution of existing problems is proposed, by developing new and improving old communicative measures. In particular, outdoor advertising, television advertising and Internet advertising.

Keywords: marketing, marketing complex, communicative policy, internet marketing, advertising activities.