

Міністерство освіти та науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

«УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач вищої освіти

гр. МГ-2 маг Генсіцкий Назар Романович

Керівник: к. екон. н, доц. Стрільчук Руслан Миколайович

Рецензент: д. екон. н., проф. Пелех Оксана Богданівна

Рівне – 2024

Анотація

Тема: Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства (на прикладі ТОВ «Рівень ЛТД»).

Кваліфікаційна робота розміщена на 77 сторінках друкованого тексту (без списку використаних джерел і додатків), містить 22 рисунки, 12 таблиць, перелік посилань із 40 джерел на 3 сторінках.

Ключові слова: пивоварна промисловість, маркетинг, маркетингова діяльність, управління маркетинговою діяльністю, цифрові інструменти бізнесу.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає товариство з обмеженою відповідальністю «Рівень ЛТД», зокрема, його комплекс маркетингу.

Предметом дослідження є система управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Рівень ЛТД».

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків.

У **вступі** обґрунтовано актуальність вибраної теми, сформульовано мету і завдання дослідження, вказано об'єкт і конкретизовано предмет дослідження.

Перший розділ розкриває зміст теоретичних понять стосовно управління маркетингом на підприємстві. Зокрема, подано визначення поняття «управління маркетингом», ідентифіковано методи управління маркетингом, підходи до оцінювання ефективності управлінням ним.

У **другому розділі** проаналізовано загальний фінансово-економічний стан та ефективність управління маркетингом ТОВ «Рівень ЛТД».

У **третьому розділі** запропоновано та обґрунтовано доцільність реалізації заходів щодо удосконалення управління маркетингом у ТОВ «Рівень ЛТД».

Висновки містять узагальнення висвітленої у розділах кваліфікаційної роботи магістра інформації, а також рекомендації, впровадження яких на ТОВ «Рівень ЛТД» дозволить посилити його конкурентні позиції на ринку пива у коротко-, та довгостроковій перспективах.

ЗМІСТ

Вступ	5
Розділ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1 Сучасні акценти інтерпретації поняття «управління маркетингом».....	9
1.2 Управлінські підходи щодо організації маркетингової діяльності на підприємстві.....	17
1.3 Напрямки удосконалення маркетингової діяльності підприємства виробників пива в умовах соціально-політичної нестабільності.....	20
Висновки до розділу 1.....	25
Розділ II. ОЦІНЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «РІВЕНЬ ЛТД».....	26
2.1. Загальний аналіз діяльності підприємства на ринку слабоалкогольних та безалкогольних напоїв.....	26
2.2. Аналіз фінансових передумов реалізації маркетингової діяльності на ТОВ «Рівень ЛТД».....	35
2.3 Аналіз маркетингового середовища ТОВ «Рівень ЛТД» та прогнозування його можливих змін.....	47
2.4. Аналіз управління маркетинговою діяльністю на ТОВ «Рівень ЛТД»	51
Висновки до розділу 2.....	58
Розділ III. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «РІВЕНЬ ЛТД».....	61
3.1 Визначення структури заходів щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Рівень ЛТД» на основі проведення SWOT-аналізу його діяльності.....	61
3.2 Розробка рекомендацій щодо підвищення впізнаваності бренду ТОВ «Рівень ЛТД».....	67
Висновки до розділу 3.....	72
Висновки.....	74
Використані джерела.....	78
Додатки.....	81