

Міністерство освіти і 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 МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ
(НА ПРИКЛАДІ АТ «УКРПОШТА»)»**

Виконала: здобувачка вищої освіти
гр. МГ–2 маг, д. ф. н.
Вальковець Вікторія Валеріївна

Керівник: д. екон. н, проф. Дейнега
Олександр Вікторович

Анотація

Тема: Удосконалення маркетингової діяльності організації (на прикладі АТ «Укрпошта»)

Кваліфікаційна робота розміщена на 82 сторінках друкованого тексту (без списку використаних джерел і додатків), містить 16 рисунків, 20 таблиць, перелік посилань із 39 джерел на 4 сторінках.

Ключові слова: маркетингова діяльність, управління маркетинговою діяльністю, маркетингове середовища, маркетинговий комплекс, удосконалення діяльності.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність підприємства АТ «Укрпошта».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти маркетингової діяльності підприємства, визначення особливостей та напрямків її вдосконалення.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків.

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

Перший розділ розкриває зміст теоретичних понять стосовно маркетингу та його специфіки управлінням на підприємстві. Зокрема, подані напрямки удосконалення маркетингової діяльності.

У **другому розділі** охарактеризована структура підприємства, його фінансовий аналіз та дослідження маркетингового середовища на АТ «Укрпошта»

У **третьому розділі** розроблено заходи щодо удосконалення маркетингової діяльності на підприємстві, проведені економічні дослідження ефективності програми.

Висновки містять в собі основні характеристики та рекомендації, щодо удосконалення маркетингової діяльності на АТ «Укрпошта»

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	9
1.1.РЕТРОСПЕКТИВА КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ТА ЇЇ СУЧАСНІ ТРЕНДИ.....	9
1.2. СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПОСЛУГОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ..	17
1.3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСЛУГОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	26
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	33
2.1. Дослідження системи управління та господарської діяльності підприємства	33
2.2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА.....	48
2.3. Дослідження МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА (ТОВАРНА, КОМУНІКАЦІЙНА, ЗБУТОВА, ЦІНОВА ПОЛІТИКИ)	55
2.4. Оцінювання організації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.....	63
Висновки до розділу 2.....	67
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	69
3.1. Вдосконалення окремих складових комплексу маркетингу	69
3.2. Удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві.....	73
3.3. Удосконалення контролю маркетингової діяльності на підприємстві.....	77
Висновки до розділу 3.....	79
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
ДОДАТКИ.....	88