

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 ПІДПРИЄМСТВА
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ НВП «ЕЛЕКТРОН-Т»))»**

Виконав: здобувач вищої освіти
гр. МГ маг–2, д. ф. н.

Цицюра Олександр Валерійович

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

Рецензент: віце-президент ГО «Українська
асоціація маркетингу» Гладунов **Олександр
Варфоломійович**

АНОТАЦІЯ

Тема: Удосконалення маркетингової діяльності підприємства (на прикладі ТОВ НВП «Електрон-Т»).

Кваліфікаційна робота розміщена на 74 сторінках друкованого тексту (без списку використаних джерел і додатків), містить 14 рисунків, 20 таблиць, перелік посилань із 26 джерел на 3 сторінках.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність підприємства, конкурентні переваги, конкурентоздатність підприємства.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступають процеси формування та управління маркетинговою діяльністю ТОВ НВП «Електрон-Т».

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та прикладні аспекти реалізації маркетингової діяльності на промислових підприємствах України.

Кваліфікаційна робота магістра 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 теоретико-методичні аспекти маркетингової діяльності сучасного підприємства. Зокрема, подано визначення понять «маркетинг» та «маркетингова діяльність», досліджено методологічні підходи до оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства та окремих її інструментів та заходів.

У **другому розділі** проаналізовано загальний фінансово-економічний стан та умови реалізації маркетингової діяльності ТОВ НВП «Електрон-Т».

У **третьому розділі** обґрунтовано напрями удосконалення маркетингової діяльності ТОВ НВП «Електрон-Т», проведено економічне обґрунтування ефективності програми запропонованих заходів.

Висновки містять основні пропозиції та рекомендації, що сприятимуть удосконаленню маркетингової діяльності ТОВ НВП «Електрон-Т».

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	9
1.1. Поняття про маркетинг та маркетингову діяльність підприємства.....	9
1.2. Сучасні тренди реалізації маркетингової діяльності на підприємствах.....	15
1.3. Маркетингова діяльність як засіб впливу на ефективність підвищення діяльності промислових підприємств.....	20
<i>Висновки за розділом 1</i>	26
 РОЗДІЛ II. ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ НВП «ЕЛЕКТРОН-Т»	28
2.1. Загальна характеристика та аналіз господарської діяльності підприємства	28
2.2. Дослідження фінансових передумов реалізації маркетингової діяльності ТОВ НВП «Електрон-Т».....	32
2.3. Оцінювання стану конкурентного середовища ТОВ НВП «Електрон-Т»	34
2.4. Дослідження маркетингового комплексу ТОВ НВП «Електрон- Т».....	38
2.5. SWOT-аналіз діяльності ТОВ НВП «Електрон-Т».....	45
<i>Висновки за розділом 2</i>	47
 РОЗДІЛ III. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ НВП «ЕЛЕКТРОН-Т»	48
3.1. Розробка маркетингової програми щодо удосконалення товарної політики ТОВ НВП «Електрон-Т».....	48

3.2. Розроблення пропозиції стосовно покращення збутової політики підприємства	61
<i>Висновки за розділом 3</i>	68
 ВИСНОВКИ	70
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	75
ДОДАТКИ.....	78