

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет менеджменту, економіки і природничо-технологічної освіти
Кафедра документальних комунікацій та менеджменту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: “Аналіз управління маркетинговим забезпеченням”

Виконала: здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня
4 курсу спеціальності
073 “Менеджмент”
денної форми навчання
Дукан Аліна Сергіївна

Керівник: доцент, кандидат
економічних наук
Берташ Борис Миколайович

Рівне - 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ	5
1.1 Суть та поняття маркетингового забезпечення.....	5
1.2 Основні елементи та інструменти маркетингового забезпечення	9
1.3 Теоретичні засади управління маркетинговим забезпеченням та оцінювання його ефективності.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ТЗОВ “ХЛІБОДАР”	23
2.1. Характеристика ТЗОВ “Хлібодар” як суб’єкта господарювання	23
2.2. Фінансово –економічний аналіз ТЗОВ “Хлібодар”	31
2.3. Аналіз маркетингового забезпечення ТЗОВ “Хлібодар”	41
2.4 Шляхи удосконалення управління маркетинговим забезпеченням ТЗОВ “Хлібодар”	50
ВИСНОВОК.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60

АНОТАЦІЯ

Дукан А. С. Аналіз управління маркетинговим забезпеченням (на прикладі ТзОВ “Хлібодар”, м. Рівне). Керівник роботи –доцент, д.е.н. Берташ Б. М. Загальний обсяг роботи 64 сторінки, 13 рисунків, 12 таблиць, 37 джерел посилань

Перелік ключових слів: МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, УПРАВЛІННЯ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ.

Розглянуто теоретичні засади управління маркетинговим забезпеченням підприємства. Досліджено сутність маркетингового забезпечення, основні елементи, інструменти, функції, підходи до оцінювання ефективності управління маркетинговим забезпеченням підприємства.

З метою проведення аналізу діяльності ТзОВ “Хлібодар” здійснено дослідження основних фінансово-економічних показників, проведено аналіз організації маркетингової діяльності, процесу виконання маркетингових функцій, взаємодії між структурними підрозділами у процесі прийняття управлінських рішень. Досліджено особливості маркетингового забезпечення ТзОВ “Хлібодар”.

З метою удосконалення управління маркетинговим забезпеченням ТзОВ “Хлібодар”, у роботі представлено комплекс рекомендацій. Розроблено пропозиції щодо розробки маркетингової політики, запропоновано рекомендації щодо вдосконалення процесів управління маркетинговим забезпеченням та впровадження сучасних маркетингових інструментів.