

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студента Сімоненко Сергія Миколайовича

академічної групи 073-17-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Формування комплексу маркетингу сучасного підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДОК №7»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Усатенко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Усатенко О.В.			

Дніпро
2021

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

« 03 » травня 2021 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра**

студенту Сімоненко С.М. академічної групи 073-17-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Формування комплексу маркетингу сучасного підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДОК №7»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 25 травня 2021 р.
№ 292-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади формування комплексу маркетингу підприємства	03.05.2021 р. – 13.05.2021 р.
Аналітичний	Оцінка особливостей функціонування ПрАТ «ДОК №7»	14.05.2021 р. – 01.06.2021 р.
Рекомендаційний	Застосування комплексу маркетингу у ПрАТ «ДОК №7»	02.06.2021 р. – 12.06.2021 р.

Завдання видано

(підпис керівника)

Усатенко О.В.

Дата видачі « 03 » травня 2021 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 14 » червня 2021 року

Прийнято до виконання

(підпис студента)

Сімоненко С.М.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра

студента групи 073-17-1

НТУ «Дніпровська політехніка»

Сімоненко Сергій Миколайович

на тему: Формування комплексу маркетингу сучасного підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДОК №7»)

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ, КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, PR-КАМПАНІЯ, ОПИТУВАННЯ.

Структура роботи: 78 сторінок комп'ютерного тексту; 20 рисунків; 24 таблиці; 20 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – процес застосування комплексу маркетингу на сучасному виробничому підприємстві.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо застосування комплексу маркетингу на сучасному виробничому підприємстві.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: проаналізовано еволюцію в управлінні комплексом маркетингу; досліджено особливості застосування моделі «7Р»; з'ясувано нові «літерні» концепції комплексу маркетингу; наведено загальну характеристику діяльності ПрАТ «ДОК №7»; проаналізовано економічні та фінансові показники діяльності ПрАТ «ДОК №7»; обґрунтовано перспективні напрями розвитку підприємства; оцінено ефективність комплексу маркетингу для ПрАТ «ДОК №7».

Методи дослідження – аналіз і синтез, загальнонаукові методи, методи систематизації, порівнянь, спостереження, абстрактно-логічний метод для узагальнення результатів дослідження і формулювання висновків.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на підприємствах, що спеціалізуються на виробництві металопластикових конструкцій.

Сфера застосування – при обґрунтуванні управлінських рішень у сфері формування комплексу маркетингу сучасного підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів. Загальні витрати на застосування комплексу маркетингу дорівнюють 376,93 тис. грн. При цьому обсяг реалізації ПрАТ «ДОК №7» збільшиться на 5%. Ефект, що отримає підприємство дорівнює 2126,07 тис. грн., а ефективність – 5,64 грн. / грн. Тобто кожна грн., що вкладена у комплекс маркетингу принесе 5,64 грн. додаткової виручки від реалізації.

Значимість роботи полягає у просуванні профілю RENAУ за допомогою PR-акції..

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-17-3
Dnipro University of Technology
Simonenko Serhij

Title: Formation of a marketing complex of a modern enterprise (based on the materials of Private JSC «DOK №7»)

KEYWORDS: MARKETING COMPLEX, COMPETITIVE ENVIRONMENT, PR-CAMPAIGN, SURVEYS.

Structure: 78 printed pages; 20 figures; 24 tables; 20 references.

Object of development is the process of applying a marketing complex in a modern manufacturing enterprise.

The aim of the paper is theoretical justification and development of practical recommendations for the application of marketing in a modern manufacturing enterprise.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the evolution in the management of the marketing complex is analyzed; the peculiarities of application of the «7P» model are investigated; new «letter» concepts of the marketing complex are clarified; the general characteristic of activity of Private JSC «DOK №7» is given; analyzed economic and financial performance of Private JSC «DOK №7»; the perspective directions of enterprise development are substantiated; the effectiveness of the marketing complex for Private JSC «DOK №7» was evaluated.

Research methods – analysis and synthesis, general scientific methods, methods of systematization, comparisons, observations, abstract-logical method for generalization of research results and formulation of conclusions.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use at enterprises specializing in the production of metal-plastic structures.

Application – in the substantiation of management decisions in the field of formation of the marketing complex of a modern enterprise.

Financial viability of the proposed measures. The total costs for the application of the marketing complex are equal to 376.93 thousand UAH. At the same time, the sales volume of Private JSC «DOK №7» will increase by 5%. The effect that the company will receive is equal to 2126.07 thousand UAH, and efficiency - 5.64 UAH. / UAH That is, each UAH invested in the marketing complex will bring UAH 5.64. additional sales revenue.

The value of the research is is to promote the REHAU profile through a PR campaign.

ЗМІСТ

	С.
Вступ	4
1 Теоретичні засади формування комплексу маркетингу підприємства	6
1.1 Еволюція в управлінні комплексом маркетингу	6
1.2 Особливості застосування моделі «7Р»	9
1.3 Нові «літерні» концепції комплексу маркетингу	16
2 Оцінка особливостей функціонування ПрАТ «ДОК №7»	22
2.1 Загальна характеристика діяльності ПрАТ «ДОК №7»	22
2.2 Аналіз економічних показників діяльності ПрАТ «ДОК №7»	40
2.3 Аналіз фінансових показників діяльності ПрАТ «ДОК №7»	49
3 Застосування комплексу маркетингу у ПрАТ «ДОК №7»	62
3.1 Обґрунтування перспективних напрямів розвитку підприємства	62
3.2 Оцінка ефективності комплексу маркетингу ПрАТ «ДОК №7»	63
Висновки	72
Перелік джерел посилання	77