**КУРСОВА РОБОТА**

**на тему**:

**«СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»**

**ЗМІСТ**

**ВСТУП…………………………………………………….……..…………3**

**РОЗДІЛ І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД «РУДЬ».....................................5**

1.1.Мета і напрямки діяльності підприємства……………..…………….5

1.2. Основні економічні параметри підприємства………………………8

1.3.Чинники внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища…………………………………………………………………….…11

**РОЗДІЛ ІІ. СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА……………………………………………………………...14**

2.1.Маркетингові дослідження і планування маркетингу…………..….14

2.2.Сегментація ринку та позиціювання товару . ………………..……..16

2.3. Аналіз товарного портфелю………………………………………….23

**РОЗДІЛ ІІІ. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІНОСТІ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»……………………………………………………………......28**

**ВИСНОВКИ………………………………………………...……………34**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ……………………...…36**

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** Маркетинг як наука та особливий вид діяльності з’явився внаслідок пізнання низки закономірностей, особливостей та механізмів функціонування суспільно-економічних відносин, що притаманні ринковій економіці. Розвиток маркетингу та його методологічних підходів віддзеркалює весь комплекс взаємодії між виробником, продавцем та ….

Теоретичні та методологічні основи цього питання в різних секторах економіки розробляли: М…. Кочурова, О. Сторожук, В. Суднік та інші вітчизняні та зарубіжні вчені.

**Об’єкт:** формування …

**Предметом дослідження** є ..

**Мета:** теоретичне та ..

1) дати загальну характеристику ПАТ «Житомирський маслозавод «Рудь»;..

**Методами дослідження** даної курсової роботи є аналіз, синтез, систематизація, зіставлення, класифікація ..матизувати погляди вчених на проблему, яка вивчається.

**Інформаційною базою роботи** є розробки вітчизняних і зарубіжних ..

**РОЗДІЛ І**

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД «РУДЬ»**

**1.1.Мета і напрямки діяльності підприємства**

ПАТ «Житомирський маслозавод» («Рудь») – провідне підприємство харчової промисловості України. Є беззаперечним лідером з виробництва морозива, як за обсягом виробництва, якістю готової продукції, асортиментом.
Щоб отримати продукцію найвищої якості, підприємство забезпечило себе сучасним обладнання, висококваліфікованими спеціалістами, сировиною, що відповідає найсуворішим вимогам.

….звільнення працюючих є: невиконання своїх обов’язків; поява на робочому місті в стані алкогольного сп’яніння; високий ступінь конфліктності; низька заробітна плата; конфлікти з керівником; рутинність роботи; атмосфера в колективі.

**1.2. Основні економічні параметри підприємства**

ПАТ "Житомирський маслозавод" є провiдним переробним пiдприємством областi. Основу дiяльностi товариства становить виробництво всього спектру молочних продуктiв. Продукцiя заводу користується широким попитом на ринку України, а також за її межами (Iзраїлi, Молдавiї, Голландiї, Болгарiї, Країнах Сходу та iн.). Заводом створено дiєву мережу торгiвельних представництв i дилерських мереж та постiйно проводиться робота по її розширенню. Значна увага також придiляється розширенню асортиментного ряду продукцiї та її подальшого просування на ринках збуту.

Основна продукцiя заводу - морозиво, якого за добу виробляють бiльше 100 тон. Основнi зусилля направляються на створення i просування елiтного морозива, яке є перспективним напрямком розвитку галузi виробництва морозива. Але …. та прибутковості діяльності підприємства.

Таким чином, …

**РОЗДІЛ ІІ**

**СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**2.1.Маркетингові дослідження і планування маркетингу**

Розглянемо стратегічні цілі підприємства ПАТ «Рудь» по чотирьох сферах : 1. Доходи організації: ПАТ «Рудь» один з найбільших виробників молочної продукції в Україні, планує збільшити свої доходи в декілька разів. 2. Робота з клієнтами: ПАТ «Рудь» піклується про своїх покупців і прагне максимально задовольняти їх потреби, тому регулярно проводить дослідження переваг споживачів. Торгова марка «Рудь» пропонує своїм споживачам найширший вибір масла, морозива, морожених продуктів, сирки. 3. Потреби і добробут співробітників: Компанія піклується про здоров’я співробітників компанії і їх сімей. 4. Планом на поточний рік передбачено збільшити фонд преміювання на 20%, що дозволить видавати премії не тільки співробітникам основного, а й додаткового виробництва, підвищення кваліфікації співробітників у галузі харчової технології, збільшення кількості робочих місць. 5. Соціальна відповідальність: Керівництвом компанії прийнята концепція соціальної відповідальності, яка включає в себе: участь у соціальних, ….

Підприємство має офіційний сайт із гарячою лінією, що є ефективним засобом двостороннього довірчого зв`язку з громадськістю. Комунікативні зв’язки ПАТ «Житомирський …

**РОЗДІЛ ІІІ**

**ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІНОСТІ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»**

Розробляючи стратегію, компанії прагнуть знайти і втілити спосіб вигідно і тривалий час конкурувати в своїй галузі. Універсальної стратегії не існує; лише стратегія, що узгоджена з умовами конкретної галузі, досвідом та капіталом, яким володіє конкретна фірма, може принести успіх [18].

Будь-яка стратегія підприємства розробляється під певні цілі, саме різноманітність цілей визначає широку типологію стратегій. Однак відомі класифікації стратегій спираються скоріше навіть не на цілі підприємств, а на їх діяльність в окремій сфері економічних відносин, що повязано з унікальністю підприємств як за набором ресурсів, так і за варіантами обраних управлінських рішень, позицією на ринку.

Маркетингові стратегії необхідно розглядати залежно від:

⮚ терміну їх реалізації;

⮚ позиції, що фірма займає на ринку;

⮚ за …..

Підсумовуючи відзначене, зазначимо, що роль мотивації і стимулювання у формуванні …

**ВИСНОВКИ**

Підсумовуючи вищевикладене слід зазначити, що ПАТ «Житомирський маслозавод» («Рудь») – провідне підприємство харчової промисловості України. Є беззаперечним лідером з виробництва морозива, як за обсягом виробництва, якістю готової продукції, асортиментом.
Щоб отримати продукцію найвищої якості, підприємство забезпечило себе сучасним обладнання, висококваліфікованими спеціалістами, сировиною, що відповідає найсуворішим вимогам.

ПАТ «Житомирський маслозавод» займає лідируючі позиції серед інших …

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1.Сайт ПАТ «Житомирський маслозавод «Рудь». URL: <https://rud.ua> (дата звернення: 24.03.2021 р.).

2.Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: https://www.nssmc.gov.ua/2018/10/24/komsya-nagadu-pro- nov-vimogi-do-rozkrittya-rtchno-nformats-emtentami/ (дата звернення: 24.03.2021 р.).

3.Котлер, Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент— СПб.: Питер, 2012. 816 с.

4. Прауде В.Р., Білий О.Б., Маркетинг: навчальний посібник. Київ: Вища школа, 2010 256с.

5.Гаркавенко С.С., Маркетинг: навчальний посібник. Київ: Лібра, 1996 384 с.

6.Зозульов О.В., Писаренко Н.Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. К.: Знання. Прес, 2012. 199 с.

7.Зозульов О.В. Методика ринкового позиціонування / Економічний вісник Національ􏰀 ного технічного університету України "КПІ. 2006. № 3. С. 119—124.

8. Осацька Ю.Є. Титова Л.Л. Актуальні проблеми сегментування ринку та позиціонування товарів. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/8\_2011/7.pdf. (дата звернення: 24.03.2021 р.).

9. Кохана Т. Стратегічний підхід до сегментації ринку. Аграрна економіка. 2013. Т. 6. № 3-4. С. 1-6.

10.Портер М. Э. Конкуренция. М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. 496 с.

11.Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. 2-е европ. изд. М.; СПб.; К.; Издательский дом «Вильямс», 2003. 944 с.

12. Бурчак Р. Г. Комплекс маркетингу: 4 і більше «Р» / Р. Г. Бурчак. URL: http://b2blogger.com/articles/21.html (дата звернення: 24.03.2021 р.).

13. Тематичний портал «Маркетинг». URL: http://marketing.web-3.ru (дата звернення: 24.03.2021 р.).

14. Коучинг. URL: http://uk.wikipedia.org/ wiki/Коучинг (дата звернення: 24.03.2021 р.).

15. Чобіток В.І. Формування системи управління персоналом на промислових підприємствах: теоретичний аспект. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. Вип. 50. С. 313-318.

16. Довгань О.В. інноваційне управління персоналом. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=4227](http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=4227(дата) (дата звернення: 24.03.2021 р.).

17. Ткаченко А.М. Стратегічні напрями удосконалення управління персоналом. Запоріжжя, 2008. 234 с.

18.Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підручник / М. Г.Саєнко. Тернопіль: Економічна думка, 2006. 413 с.

19.Лесько О.Й. Управління ризиками інноваційно-інвестиційної діяльності як основа стійкого економічного розвитку вітчизняних підприємницьких структур за умов глобалізації. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва в Україні : колективна монографія. Умань: Видавець «Сочінський В.В.», 2018. С. 216–223.

20. Гурченков О.П. Формування системи управління персоналом та оцінка її ефективності. Економіка: реалії часу. 2013. № 2. С. 60-72.