

ФАКУЛЬТЕТ Економіки і управління

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА Маркетинг

ТЕМА ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах маркетингу за матеріалами Центру маркетингових ініціатив, Хмельницький національний університет

ПП студента Панасюк Анастасія Олександрівна

ПП керівника Нянько Віталій Миколайович

Рік захисту 2019 р.

АНОТАЦІЯ

Досліджено теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах маркетингу і, зокрема, визначено сутність конкуренції та конкурентоспроможності; обґрунтовано основні ознаки конкурентоспроможності та чинники, що визначають її рівень; розглянуто підходи щодо управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах маркетингу.

Проведено аналіз конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу: проаналізовано стан та перспективи розвитку олійно-жирової галузі, наведено загальну характеристику ПМП «Маркет-ньос» та проаналізовано основні показники його діяльності, проведено діагностику конкурентоспроможності ПМП «Маркет-ньос».

Обґрунтовано результати проведених маркетингових досліджень ринку харчової продукції Хмельницької області Центром маркетингових ініціатив Хмельницького національного університету.

Розроблено рекомендації щодо управління конкурентоспроможністю ПМП «Маркет-ньос» на засадах маркетингу.

В роботі удосконалено використання маркетингового інструментарію, який покращує розуміння потреби представників цільових аудиторій, виокремлення стратегічних конкурентів серед безлічі інших продуцентів та налагодження довгострокової співпраці з постачальниками та клієнтами.

Ключові слова: конкуренція, управління, маркетинг, процес управління, конкурентоспроможність, ефективність, маркетингові дослідження, олійно-жирова галузь.

Публікації: збірник тез доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», 28-30 листопада 2019 року, м. Хмельницький-сміт Сатанів.