

Авторська довідка (кваліфікаційної роботи магістра)

Назва кваліфікаційної роботи магістра: Формування маркетингової конкурентної стратегії підприємства

назви записувати нижнім регістром (як у реченні)

Назва (англ.): Formation of marketing competitive strategy of enterprise

переклад англійською

Освітній ступінь : магістр

Шифр та назва спеціальності: 075 «Маркетинг»

напр.: 151 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології

Екзаменаційна комісія:

напр.: Екзаменаційна комісія №1

Установа захисту: Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

напр.: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Дата захисту: 29.12.2023 р.

Місто: Тернопіль

Сторінки:

Кількість сторінок роботи: 112

УДК: 339.13

Автор роботи

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.): Золота Наталія Петрівна

розкривати ініціали

Прізвище, ім'я (англ.): Zolota Natalia

використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце навчання (установа, факультет, місто, країна): Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя. Факультет економіки та менеджменту, м. Тернопіль, Україна

Керівник

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.): Шпилик Світлана Василівна

повністю

Прізвище, ім'я (англ.): Spylyk Svetlana

використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце праці (установа, підрозділ, місто, країна): Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя. Кафедра промислового маркетингу, м. Тернопіль, Україна

Вчене звання, науковий ступінь, посада: к.е.н., доцент, доцент кафедри промислового маркетингу

Рецензент

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.): Панухник Олена Віталіївна

повністю

Прізвище, ім'я (англ.): Panukhnik Elena

використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце праці (установа, підрозділ, місто, країна): Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя. Кафедра економіки та фінансів, м. Тернопіль, Україна

Вчене звання, науковий ступінь, посада: д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та фінансів

Ключові слова

українською: ...ринок видавничо-поліграфічних послуг, видавництво, книжковий ринок, маркетингова конкурентна стратегія, програми лояльності.....

до 10 слів

англійською: publishing and printing services market, publishing, book market, marketing competitive strategy, loyalty programs.....

до 10 слів

Анотація

українською:...

На сучасному етапі розвитку вітчизняний бізнес зіткнувся з рядом викликів: зтяжна пандемія, війна, руйнування, релокація бізнесу, відтік кадрів, перебої з енергозабезпеченням, ускладнення логістики, брак ресурсів і це далеко не повний перелік. Кризові явища є переломним моментом як в діяльності окремо взятого підприємства, так і в державі загалом. Саме тому щодня доводиться моніторити ситуацію, коригувати плани, ухвалювати оперативні рішення та визначати стратегічні орієнтири. З метою ефективної протидії переліченим загрозливим факторам підприємству необхідно впроваджувати комплекс маркетингових заходів, що забезпечать здатність протидіяти кризовій ситуації, знешкодити або пом'якшити наслідки та розвиватися. Актуальним є розроблення маркетингової конкурентної стратегії, основним завданням якої є зміцнення конкурентних позицій.

В кваліфікаційній роботі запропоновано комплекс заходів зміцнення конкурентних позицій підприємства «Редакція газети «Підручники і посібники», який передбачає удосконалення програм лояльності до споживачів з матеріальними, економічними та універсальними компонентами, впровадження інноваційних програмних продуктів з метою оптимізації діяльності видавництва та покращення комунікацій зі споживачами, розширення ринків збуту.

англійською: .

At the present stage of development, domestic business faced a number of challenges: a protracted pandemic, war, destruction, business relocation, outflow of personnel, interruptions in energy supply, complexity of logistics, lack of resources and this is not a complete list. Crisis phenomena are a turning point both in the activities of a single enterprise and in the state as a whole. That is why every day we have to monitor the situation, adjust plans, make operational decisions and determine strategic guidelines. In order to effectively counter these threatening factors, the company needs to implement a set of marketing measures that will provide the ability to counteract a crisis situation, neutralize or mitigate the consequences and develop. The development of a marketing competitive strategy is relevant, the main task of which is to strengthen competitive positions.

The qualification work proposes a set of measures to strengthen the competitive position of the enterprise "Editorial Board of the newspaper" Textbooks and Manuals, "which provides for the improvement of loyalty

programs to consumers with material, economic and universal components, the introduction of innovative software products in order to optimize the activities of the publishing house and improve communication with consumers, expand markets.