

1. Бакуновська Дар'я Дмитрівна

Тема дипломної роботи: Вдосконалення стратегії комунікації ТОВ «Юг-контракт».

Місце проходження практики: ТОВ «Кепітал Лоджістік Груп».

Анотація: Метою роботи є обґрунтування заходів по вдосконаленню стратегії комунікації на підприємстві з метою підвищення попиту на послуги, які надає підприємство. Об'єктом дослідження даної роботи є комплекс заходів комунікацій. Предмет дослідження - сукупність теоретичних та методичних підходів до розроблення ефективної комунікаційної стратегії на підприємстві, як комплекс методів спрямованих на покращення його діяльності. В роботі було надано характеристику виробничо-господарській діяльності підприємства, його організаційній структурі, проаналізовані основні проблеми ведення діяльності, запропоновано використання більш оптимальної стратегії комунікації та наведені основні її переваги. Описані канали та інструменти маркетингової комунікаційної стратегії, яка існує зараз та надано рекомендації щодо їх оптимізації. Здійснено аналіз організації менеджменту на підприємстві. Були застосовані сучасні інформаційні технології та методи оптимізації запуску рекламних кампаній в мережі Інтернет. На основі цього були визначені та обґрунтовані напрями удосконалення витрат на рекламу. Обрано найбільш ефективний засіб стратегії комунікацій – розроблення рекламної кампанії в Інтернеті. Обґрунтовано економічну ефективність пропозиції та оцінені й проаналізовані показники ефективності управління витратами на підприємстві з урахуванням реалізації авторських пропозицій.

Аннотация: Целью работы является обоснование мер по совершенствованию стратегии коммуникации на предприятии с целью повышения спрос на услуги, которые предоставляет предприятие. Объектом исследования данной работы является комплекс мероприятий коммуникаций. Предмет исследования - совокупность теории и методологических подходов к разработке эффективной коммуникационной стратегии на предприятии, как комплекс методов направленных на улучшение его деятельности. В работе была дана характеристика производственно-хозяйственной деятельности предприятия, его организационной структуры, проанализированы основные проблемы ведения деятельности, предложено использование более оптимальной стратегии коммуникации и приведены основные ее преимущества. Описаны каналы и инструменты маркетинговой коммуникационной стратегии, которая существует сейчас и даны рекомендации касательно ее оптимизации. Осуществлен анализ организации менеджмента на предприятии. Были применены современные информационные технологии и методы оптимизаций запуска рекламных кампаний в сети Интернет. На основе этого были определены и обоснованные направления совершенствования затрат на рекламу. Выбрано наиболее эффективная модель стратегии коммуникаций - разработка рекламной кампании в Интернете. Обоснованно экономическую эффективность предложения и оценены и проанализированы показатели

ефективності управління затратами на підприємстві з урахуванням реалізації авторських пропозицій.

Annotation: The purpose of the work is the justification of the measures to improve the communication strategy at the enterprise in order to increase the demand for services provided by the enterprise. The object of study of this work is a set of communication actions. Subject of research - a set of theoretical and methodological approaches to the development of an effective communication strategy at the enterprise, as a set of methods of focusing on improving its activity. The paper provided a description of the production and economic activity of the enterprise, its organizational structure, analyzed the main problems of conducting activity, suggested the use of a more optimal communication strategy and presented its main advantages. Described channels and marketing communication strategy tools that exist now and Recommendations for their optimization are provided. An analysis of management organization at the enterprise is carried out. Modern information technologies and methods of optimizations for launching advertising campaigns on the Internet were used. On the basis of this, the directions of improving the cost of advertising were identified and justified. Turning to the most effective means of communicative strategy is the development of an advertising campaign on the Internet. The economic efficiency is substantiated. Proposals and evaluated and analyzed indicators of cost effectiveness management at the enterprise, taking into account the implementation of author's offerings.

2. Гринько Катерина Вікторівна

Тема дипломної роботи: Коригування збутової політики ТОВ «РЕМОС» на ринку мила ручної роботи

Місце проходження практики: ТОВ "Е-Ком ЕКС".

Анотація: Метою роботи є обґрунтування інструментів та методів по коригуванню збутової політики на підприємстві з метою збільшення частки ринку. Об'єктом роботи виступає маркетингова діяльність підприємства та елемент комплексу маркетингу Place - збутові канали компанії. Предметом дослідження є удосконалення збутової політики підприємства. Було проаналізовано загальну характеристику виробничої діяльності підприємства, надано характеристику основним господарсько-правовим засадам його функціонування: надано опис правового статусу підприємства та форми його власності, історичну довідку підприємства, проаналізовано основні фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, організаційну та виробничу структури підприємства. Проведено аналіз основних виробничих та оборотних фондів підприємства, ефективності використання трудових ресурсів, виробництва та реалізації продукції підприємства. Далі проведено маркетингове дослідження: Начальним етапом дослідження було виділення основних конкурентів ТОВ «Е-КОМ ЕКС» на ринку інтернет маркетингу України. Наступним етапом стало визначення списку порівняльних критеріїв, згідно яких ми оцінювали компанії на ринку. До них відносяться:

комплексний підхід, рівень сервісу, етичність роботи, індивідуальний підхід до клієнта, досвід і кваліфікація персоналу, практичний досвід роботи, орієнтованість на практичний результат, технології і методи, спеціалізація, економія коштів. Також, було чітко сформовано та визначено основні етапи дослідження та проведено їх детальний опис. Дане рішення було прийнято через оптимальність даної форми опитування, обмеження ресурсів, зручності та високої ефективності в рамках дослідження.

Аннотация: Целью работы является обоснование инструментов и методов по корректировке сбытовой политики на предприятии с целью увеличения доли рынка. Объектом работы выступает маркетинговая деятельность предприятия и элемент комплекса маркетинга Place - сбытовые каналы компании. Предметом исследования является совершенствование сбытовой политики предприятия. Были проанализированы общая характеристика производственной деятельности предприятия, охарактеризованы основным хозяйственно-правовым основам его функционирования: предоставлено описание правового статуса предприятия и формы его собственности, историческую справку предприятия, проанализированы основные факторы внешней и внутренней среды, организационную и производственную структуры предприятия. Проведен анализ основных производственных и оборотных фондов предприятия, эффективности использования трудовых ресурсов, производства и реализации продукции предприятия. Далее проведено маркетинговое исследование: Начальным этапом исследования было выделение основных конкурентов ООО «Е-КОМ ЭКС» на рынке интернет маркетинга Украины. Следующим этапом стало определение списка сопоставимых критериев, согласно которым мы оценивали компании на рынке. К ним относятся: комплексный подход, уровень сервиса, этичность работы, индивидуальный подход к клиенту, опыт и квалификация персонала, практический опыт работы, ориентированность на практический результат, технологии и методы, специализация, экономия средств. Также, было четко сформирован и определены основные этапы исследования и проведения их подробное описание. Данное решение было принято из-за оптимальность данной формы опроса, ограничения ресурсов, удобства и высокой эффективности в рамках исследования.

Summary: The aim of the work is to justify tools and methods for adjusting sales policy at the enterprise in order to increase the market share. The object of the work is the marketing activity of the company and the element of the marketing complex Place – sales channels of the company. The subject of the study is to improve the sales policy of the company. The general description of the production activity of the enterprise was analyzed, the characteristic of the main economic and legal principles of its functioning was described: the description of the legal status of the enterprise and its form of ownership, the historical certificate of the enterprise were analyzed, the main factors of the external and internal environment, organizational and production structures of the enterprise were analyzed. The analysis of the main productive and circulating assets of the enterprise, the efficiency of the use of labor resources, production and sales of the

enterprise is carried out. The following marketing research was conducted: The initial stage of the study was the allocation of the main competitors of "E-KOM EX" Ltd. in the Internet marketing market of Ukraine. The next step was to determine the list of comparative criteria according to which we evaluated the companies on the market. These include: integrated approach, level of service, ethics of work, individual approach to the client, experience and qualifications of staff, practical experience, focus on practical results, technologies and methods, specialization, cost savings. Also, the main stages of the study were clearly defined and identified and their detailed description was made. This decision was made through the optimality of this form of questioning, resource constraints, convenience and high efficiency within the framework of the study.

3. Давидова Олена Богданівна

Тема дипломної роботи: Стратегія зростання на міжнародному ринку

Місце проходження практики: ТОВ «Е-Ком Екс»

Анотація: Метою роботи є обґрунтування заходів щодо розроблення стратегії зростання на міжнародному ринку з метою збільшення прибутку. Задачі, які вирішуються: аналіз наявної ринкової стратегії та стратегії зростання; аналіз ринкової ситуації та відповідність ресурсів підприємства їй; розгляд шляхів зростання на міжнародному ринку. В роботі було надано характеристику виробничо-господарській діяльності підприємства, його організаційній структурі, проаналізовані основні проблеми ведення діяльності, запропоновано використання більш оптимальної структури управління та наведені основні її переваги. Проаналізоване внутрішнє середовище компанії, зовнішнє та мезосередовище на ринку. Проведений попередній аналіз ринку, конкурентно-асортиментний аналіз, аналіз бізнес-культурного середовища. На основі аналізу обрана стратегія виходу на ринок, проаналізовані основні ризики. Розроблена стратегія зростання на міжнародному ринку для підприємств з урахуванням реалізації авторських пропозицій та фінансових реалій підприємства.

Аннотация: Целью работы является обоснование мероприятий по разработке стратегии роста на международном рынке с целью увеличения прибыли. Задачи, которые решаются: анализ имеющейся рыночной стратегии и стратегии роста; анализ рыночной ситуации и соответствие ресурсов предприятия ей; рассмотрение путей роста на международном рынке. В работе было охарактеризованы производственно-хозяйственной деятельности предприятия, его организационной структуре, проанализированы основные проблемы ведения деятельности, предложено использование более оптимальной структуры управления и приведены основные ее преимущества. Проанализировано внутреннюю среду компании, внешнее и Стратегическое на рынке. Проведенный предварительный анализ рынка, конкурентно-ассортиментный анализ, анализ бизнес-культурной среды. На основе анализа выбранная стратегия выхода на рынок, проанализированы основные риски. Разработанная стратегия роста на

международном рынке для предприятия с учетом реализации авторских предложений и финансовых реалий предприятия.

Annotation: The aim of the work is to justify measures to develop a strategy for growth in the international market in order to increase profits. Tasks to be solved: analysis of existing market strategy and growth strategy; analysis of the market situation and compliance of the resources of the enterprise with it; Considering the ways of growth in the international market. In this work the characteristics of the enterprise's production and economic activity, its organizational structure were analyzed, the main problems of the activity were analyzed, the use of a more optimal management structure and the main advantages of it were suggested. The internal environment of the company, the external and the media in the market is analyzed. Preliminary market analysis, competitive assortment analysis, analysis of business-cultural environment. On the basis of analysis, the chosen strategy of entering the market, analyzed the main risks. The strategy of growth in the international market for the enterprise is developed taking into account the implementation of the author's proposals and financial realities of the enterprise.

4. Думанська Марія Русланівна

Тема дипломної роботи: Удосконалення програми лояльності компанії «RoboCode» на ринку освітніх послуг робототехніки та програмування.

Місце проходження практики: ФОП Божок Роман Васильович

Анотація: Метою роботи є аналіз існуючої програми лояльності компанії «RoboCode», визначення поточного рівня лояльності клієнтів до компанії «RoboCode» та розробка пропозицій стосовно його підвищення. Задачі, які вирішуються у даній роботі: аналіз ринкової ситуації та відповідність діяльності компанії до існуючої ситуації, аналіз існуючої програми лояльності, обґрунтування важливості побудови довгострокових стосунків з клієнтами, визначення шляхів побудови таки стосунків з клієнтами. У процесі написання роботи було проведено аналіз внутрішніх ресурсів, конкурентний аналіз з метою визначення сильних та слабких сторін, аналіз маркетингового середовища компанії з метою визначення можливостей та загроз для компанії; проведено дослідження, яке дозволило визначити поточний рівень та вид лояльності клієнтів школи, найважливіші характеристики послуги, які мають бути вдосконалені найближчим часом. На основі отриманої інформації було визначено напрями підвищення лояльності та обґрунтовано доцільність зазначених дій.

Аннотация: Целью работы является анализ существующей программы лояльности компании «RoboCode», определение текущего уровня лояльности клиентов компании «RoboCode» и разработка предложений относительно его повышения. Задачи, которые решаются в данной работе: анализ рыночной ситуации и соответствие деятельности компании в существующей ситуации, анализ существующей программы лояльности, обоснование важности построения долгосрочных отношений с клиентами, определение путей построения таки отношений с клиентами. В процессе написания работы был

проведен анализ внутренних ресурсов, конкурентный анализ с целью определения сильных и слабых сторон, анализ маркетинговой среды с целью определения возможностей и угроз для компании; проведено исследование, которое позволило определить текущий уровень и вид лояльности клиентов школы, важнейшие характеристики услуги, которые должны быть усовершенствованы в ближайшее время. На основе полученной информации были определены направления повышения лояльности и обоснована целесообразность указанных действий.

Annotation: The aim of the work is to analyze the existing loyalty program of RoboCode Company, to determine the current level of loyalty of customers to RoboCode and to develop proposals to increase it. Tasks solved in this work: analysis of the market situation and the company's compliance with the current situation, analysis of the existing loyalty program, justification of the importance of building long-term relationships with customers, determining how to build customer relationships. In the process of writing the paper was conducted an analysis of internal resources, competitive analysis in order to identify strengths and weaknesses, analysis of the company's marketing environment in order to identify opportunities and threats for the company; A study was conducted that allowed determining the current level and type of customer loyalty of the school, the most important characteristics of the services to be improved in the near future. On the basis of the received information, the directions of increasing loyalty were determined and the expediency of these actions was substantiated.

5. Козло Віталій Павлович

Тема дипломної роботи: формування бізнес-моделі інтернет-платформи на основі бізнесу з консультування.

Місце проходження практики: ГО «Професіонали майбутнього», м. Київ.

Анотація: метою роботи є проведення ситуаційного аналізу та планування дослідження з метою перевірки гіпотез по створенню бізнес-моделі інтернет-платформи для пошуку менторів. Об'єктом дослідження даної роботи є освітній ринок. Предмет дослідження – різні компоненти бізнес-моделі – від цільової аудиторії, пропозиції цінності до структури витрат і ключових партнерів. В роботі було проведений аналіз макро-, мезо- та мікрмаркетингового середовища в контексті планування запуску інтернет-платформи, виконаний SWOT-аналіз, розглянуті існуючі підходи (методики) щодо запуску нового продукту-стартапу в рамках існуючої організації, обгрунтовано вибір конкретної методики – Customer Development, виконаний перший етап у обраній методиці: сформульована ціль та завдання дослідження, складені основні гіпотези і визначено критерії їх прийняття і відхилення. Наведено планування збору даних.

Аннотация: целью работы является проведение ситуационного анализа и планирования исследования с целью проверки гипотез по созданию бизнес-модели интернет-платформы для поиска менторов. Объектом исследования данной работы является образовательный рынок. Предмет исследования -

различные компоненты бизнес-модели - от целевой аудитории, предложения ценности до структуры затрат и ключевых партнеров. В работе был проведён анализ макро-, мезо- и микромаркетингового среды в контексте планирования запуска интернет-платформы, выполнен SWOT-анализ, рассмотрены существующие подходы (методики) по запуску нового продукта-стартапа в рамках существующей организации, обосновано выбор конкретной методики - Customer Development, выполнен первый этап в выбранной методике: сформирована цель и задачи исследования, составлены основные гипотезы и определены критерии их принятия и отклонения. Приведен план сбора данных.

Summary: the purpose of the work is to conduct a situational analysis and research planning in order to test hypotheses for creating a business model of an Internet platform for searching for mentors. The object of this study is the educational market. The subject of the study is the various components of the business model - from the target audience, value proposition to cost structure and key partners. We analyzed the macro, meso and micromarketing environment in the context of planning the launch of the Internet platform, performed a SWOT analysis, reviewed the existing approaches (methods) for launching a new startup product within the existing organization, justified the choice of a specific methodology - Customer Development, performed the first stage in the chosen methodology: the goal and objectives of the research are formed, the main hypotheses are drawn up and the criteria for their acceptance and rejection are defined. The data collection plan is shown.

6. Котильова Аліна Олегівна

Тема дипломної роботи: «Розроблення програми просування для компанії «Глаксо Сміт Кляйн Фармасьютікалс Україна» на ринку інтраназальних кортикостероїдів».

Місце проходження практики: ТОВ «ВІК-А»

Анотація: Основною метою звіту було проведення підсумкового аналізу, досліджень та ознайомлення із стратегією просування компанії та програмами просування, що використовує компанія. Було вивчено мікро- та макро- середовище компанії, розглянуто питання організації маркетингової діяльності підприємства, які використовуються в процесі діяльності на ринку, вивчено стратегії просування та розглянуто програми просування в межах стратегії. Також було розглянуто усі суміжні області для розробки рекомендацій з їх модифікації чи удосконалення. Було зроблено ознайомлення з діяльністю та обов'язками спеціалістів відділу маркетингу.

Під час переддипломної практики було розглянуто цільову аудиторію компанії, процес прийняття рішень нею, основних конкурентів, особливості (переваги і недоліки) продукції та можливості для створення нової продукції для заповнення ніш на ринку.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність компанії на ринку дезінфікуючих засобів України. Суб'єктами дослідження є цільова аудиторія:

лікарі, що працюють з даною продукцією та кінцеві споживачі. Предметом дослідження є етапи розробки програми інтернет просування, а також позиція продукції, яку вона посідає у свідомості споживачів, позиції основних конкурентів.

Аннотация: Основной целью отчета было проведение итогового анализа, исследований и ознакомления со стратегией продвижения компании и программами продвижения, использует компания. Было изучено микро- и макро- среду компании, рассмотрено вопросы организации маркетинговой деятельности предприятия, используемых в процессе деятельности на рынке, изучено стратегии продвижения и рассмотрены программы продвижения в рамках стратегии. Также были рассмотрены все смежные области для разработки рекомендаций по их модификации или усовершенствованию. Было сделано ознакомление с деятельностью и обязанностями специалистов отдела маркетинга.

Во время преддипломной практики была рассмотрена целевая аудитория компании, процесс принятия решений ней, основные конкуренты, особенности (преимущества и недостатки) продукции и возможности для создания новой продукции для заполнения ниш на рынке.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность компании на рынке дезинфицирующих средств Украины. Субъектами исследования является целевая аудитория: врачи, работающие с данной продукцией и конечные потребители. Предметом исследования являются этапы разработки программы интернет продвижения, а также позиция продукции, которую она занимает в сознании потребителей, позиции основных конкурентов.

Summary: The main purpose of the report was to conduct a final analysis, research, and familiarization with the company's promotion strategy and promotion programs. The micro-and macro environment of the company was studied, the issues of organizing the marketing activity of the company, which was used in the process of activity in the market, discussed promotion strategies and considered promotional programs within the strategy. Also, all adjacent areas were considered to be developing recommendations for their modification or improvement. It was made familiar with the marketing department's specialist's activities and responsibilities.

During the pre-diploma practice, the target audience of the company, the decision-making process, the main competitors, the features (advantages and disadvantages) of the product and the possibility of creating new products for filling nišām tirgū.

The object of research is the marketing activity of the company on the market of disinfectants of Ukraine. The subjects of the study are the target audience: physicians working with this product and end users. The subject of the study is the stages of development of the Internet promotion program, as well as the product position, which it occupies in the minds of consumers, the position of the main competitors.

7. Кузьмич Юлія Василівна

Тема дипломної роботи: Удосконалення системи розподілу ТОВ «Ондо» на ринку покрівельних матеріалів України.

Місце проходження практики: ТОВ «Хенкель Україна».

Анотація: Метою роботи є пошук та обґрунтування шляхів удосконалення системи розподілу на підприємстві з метою підвищення його ефективної діяльності. Об'єктом дослідження даної роботи є процес розподілу та збуту. Предмет дослідження - сукупність теоретичних та практичних підходів до управління процесом та системою розподілу.

У даній роботі наведено результати комплексного аналізу діяльності ТОВ «Хенкель Україна» на ринку, визначено основні фінансові та маркетингові показники, проведено аналіз динаміки цих показників. За результатами проведеного аналізу діяльності підприємства було виділено можливості та загрози для компанії, що можуть вплинути на її діяльність.

Також було визначено сильні та слабкі сторони компанії, які вона може використати або виправити, а також виявлено можливості та загрози підприємства, на основі яких було виконано SWOT-аналіз та сформульовано маркетингову можливість – покращення моніторингу роботи в одному з каналів розподілу (дистриб'ютор) по конкретному оптовому клієнту. Було проведено опитування мерчендайзерів, що відвідують торгові точки даного клієнта (мережа магазинів Єва), результати опитування було порівняно з промо-планами компанії та проаналізовано щодо наявності конкурентного товару на полицях клієнта.

На основі отриманої інформації було надано рекомендації менеджеру з продажів по клієнту Єва щодо роботи з цим клієнтом та з дистриб'ютором. Також побудовану модель проведення дослідження можна використати і для інших клієнтів, з якими працює компанія.

Аннотация: Целью работы является поиск и обоснование путей совершенствования системы распределения на предприятии с целью повышения его эффективной деятельности. Объектом исследования данной работы является процесс распределения и сбыта. Предмет исследования – совокупность теоретических и практических подходов к управлению процессом и системой распределения.

В данной работе приведены результаты комплексного анализа деятельности ООО «Хенкель Украина» на рынке, определены основные финансовые и маркетинговые показатели, проведен анализ динамики этих показателей. По результатам проведенного анализа деятельности предприятия было выделено возможности и угрозы для компании, которые могут повлиять на ее деятельность.

Также были определены сильные и слабые стороны предприятия, которые можно использовать или исправить, а также выявлены возможности и угрозы предприятия, на основе которых был выполнен SWOT-анализ и сформулирована маркетинговая возможность - улучшение мониторинга работы в одном из каналов распределения (дистрибьютор) по конкретному оптовому клиенту. Был проведен опрос мерчендайзеров, посещающих торговые точки данного клиента (сеть магазинов Ева), результаты опроса

сравнивались с промо-планами компании и магазины были проанализированы на наличие конкурентного товара на полках клиента.

На основе полученной информации были предоставлены рекомендации менеджеру по продажам по клиенту Ева по работе с этим клиентом и с дистрибьютором. Также построенную модель проведения исследования можно использовать и для других клиентов, с которыми работает компания.

Annotation: The aim of the work is to find and justify the ways of improving the distribution system at the enterprise in order to increase its effective activity. The object of study of this work is the process of distribution and marketing. Subject of research - a set of theoretical and practical approaches to managing the process and distribution system.

In this work, the results of the comprehensive analysis of the activities of Henkel Ukraine LLC are presented in the market, the main financial and marketing indicators are determined, and the dynamics of these indicators was analysed. According to the results of the analysis of the activity of the enterprise, opportunities and threats for the company were identified that could affect its activities.

It also identified the strengths and weaknesses of the company that it could use or fix, as well as identified the opportunities and threats of the enterprise, on the basis of which the SWOT analysis was performed and the marketing opportunity was formulated - improving the monitoring of work in one of the distribution channels (distributor) for a particular wholesale customer. A survey of merchandisers visiting the sales points of this customer (Eva's chain of stores) was conducted, the results of the survey were compared to the company's promotional plans and analyzed for the presence of a competitive product on the customer's shelves.

On the basis of the received information, recommendations were given to the sales manager for Eva for work with this client and distributor. Also, the constructed research model can be used for other clients of company.

8. Кузьмічова Анастасія Віталіївна

Тема дипломної роботи: Удосконалення комплексу маркетингу ТОВ «ОМАКС Інтернешнл».

Місце проходження практики: ТОВ «Торговий дім «Михайлівський».

Анотація: Метою роботи є аналіз існуючого комплексу маркетингу та його удосконалення, для підвищення ефективності роботи підприємства. Об'єктом дослідження даної роботи є маркетингова діяльність компанії ТОВ «Торговий дім «Михайлівський». Предмет дослідження - є комплекс маркетингу ТОВ «Торговий дім «Михайлівський». В ході роботи було визначено організаційно-правову форму підприємства, структуру управління підприємства, її підрозділи та їх функціями. Складено схему структурних підрозділів, розглянуто постачальників товарів підприємства. Проведено роботу з документами, що регламентують діяльність служби маркетингу та її персоналу: планом роботи і планом маркетингових заходів. В процесі аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства були виявлені

загрози і можливості, які можуть зробити вплив на подальше існування ТОВ «Торговий Дім «Михайлівський», а також виявлені сильні та слабкі сторони діяльності ТОВ. Проаналізувавши маркетингову діяльність ТОВ «Торговий Дім «Михайлівський» були зроблені висновки, що у відділі немає чіткого плану діяльності. Працівники відділу маркетингу використовують різноманітні засоби просування, та більшість з цих засобів мало дієві, тому було запропоновано спосіб подання цінкових акцій, що в кінцевому результаті допоможе збільшити ефективність реалізації розроблених рекламних заходів. В роботі був наведений приклад дієвого способу подання цінкових акцій та прорахована ефективність реалізації розроблених рекламних заходів, що доводить їх ефективність.

Аннотация: Целью работы является анализ существующего комплекса маркетинга и его усовершенствования для повышения эффективности работы предприятия. Объектом исследования данной работы - является маркетинговая деятельность компании ООО «Торговый дом «Михайловский». Предмет исследования - является комплекс маркетинга ООО «Торговый дом «Михайловский». В ходе работы была определена организационно-правовая форма предприятия, структура управления предприятия, его подразделения и их функции. Составлена схема структурных подразделений, рассмотрены поставщики товаров предприятия. Проведена работа с документами, регламентирующими деятельность службы маркетинга и ее персонала: планом работы и планом маркетинговых мероприятий. В процессе анализа внешней и внутренней среды предприятия были обнаружены угрозы и возможности, которые могут оказать влияние на дальнейшее существование ООО «Торговый Дом «Михайловский», а также выявлены сильные и слабые стороны деятельности ООО. Проанализировав маркетинговую деятельность ООО «Торговый Дом «Михайловский» были сделаны выводы, что в отделе нет четкого плана деятельности. Работники отдела маркетинга используют различные средства продвижения, и большинство из этих средств мало действенны, поэтому было предложено изменить способ представления ценовых акций, что в конечном итоге поможет повысить эффективность реализации разработанных рекламных мероприятий. В работе был приведен пример действенного способа представления ценовых акций и просчитана эффективность реализации разработанных рекламных мероприятий, доказывает их эффективность.

Summary: The purpose of the work is to analyze the existing marketing complex and its improvement, in order to increase the efficiency of the company. The object of research is the marketing activity of LLC «Torgovyy Dom «Mihaylovskiy». Subject of research is the marketing complex of LLC «Torgovyy Dom «Mihaylovskiy». In the course of work the organizational-legal form of the enterprise, the structure of the management of the enterprise, its subdivisions and their functions were determined. A scheme of structural subdivisions has been drawn up, and the suppliers of goods of the enterprise were reviewed. The documents, that regulate activities of the marketing department and its staff in particular the plan of work and the plan of marketing activities were worked

out. In the process of analyzing the external and internal environment of the enterprise, threats and opportunities that could have an impact on the following existence of LLC «Торговий Дом «Міхайловський» were identified, as well as the strengths and weaknesses of the activity of the LLC were identified. After analyzing the marketing activities of LLC «Торговий Дом «Міхайловський», it was concluded that there is no clear plan of activity in the department. Employees of the marketing department use various means of promotion, and most of these tools were not effective, therefore, a way of presenting price shares was offered, which would ultimately help to increase the effectiveness of the implementation of promotional measures. In the work, an example of an effective way of presenting price shares was given and calculation of developed advertising measures was provided, that proved its efficiency.

9. Мегединюк Олеся Ігорівна

Тема дипломної роботи: Покращення комунікаційної стратегії студії онлайносвіти «EdEra».

Місце проходження практики: Громадська організація «EdEra».

Анотація: У межах даної практики, метою роботи студентки стало покращення поточної комунікаційної стратегії на підприємстві «EdEra». Об'єктом дослідження даної роботи стала маркетингова активність «EdEra» на ринку онлайн-освіти України. Предмет дослідження - сукупність теоретичних та практичних підходів для покращення комунікаційної політики підприємства в умовах сучасного інформаційного суспільства. У роботі було надано характеристику виробничого господарської діяльності підприємства, його організаційної структури, проаналізовано основні проблеми ведення діяльності, зокрема комунікаційної. Також було запропоновано використання більш покращення комунікаційної стратегії студії онлайносвіти «EdEra».

Summary: Within the framework of this practice, the goal of the student was to improve the current communication strategy at "EdEra" organization . The object of research of this work was the marketing activity of "EdEra" within online education market in Ukraine. Subject of this research is the set of theoretical and practical approaches for improving the communication policy of the enterprise in a modern information society. In this work the characteristic of organization's economic activity, its organizational structure was given. The main problems of "EdEra" were analyzed: particularly, it's communications. During the practice it was also suggested to use more modern communication techniques. At the same time, these techniques have been implemented by the student. The student carried out organization's communications, suggested measures to improve the current SMM-strategy. On the basis of practical work, a number of recommendations were made on improving the communication strategy of the online education studio "EdEra".

10. Нижник Вікторія Вікторівна

Тема дипломної роботи: Формування системи онлайн продажу на промисловому ринку

Місце проходження практики: ПрАТ «Київський маргариновий завод»

Анотація: Метою роботи є формування системи онлайн продажу з метою підвищення його ефективної діяльності на промисловому ринку. Об'єктом дослідження є політика продажу соняшникової олії на промисловому ринку.

Ціль дослідження – формування онлайн системи продажу на промисловому ринку. Задачі складаються з виявлення недоліків поточної системи продаж та побудови ефективної онлайн системи продаж, та визначення етапів її створення. В роботі було надано загальну характеристику виробничо-господарській діяльності підприємства, його організаційній структурі, проаналізовані основні проблеми ведення діяльності, запропоновано рекомендації для покращення роботи компанії на ринку онлайн та наведені основні її переваги. Проведено ситуаційний аналіз підприємства. Було проведено аналіз сильних та слабких сторін компанії, загроз та можливостей для подальшої роботи. Було проведено дослідження на основі зовнішньої та внутрішньої вторинної інформації. На основі цього були визначені та обґрунтовані напрями покращення роботи на формування системи онлайн продажів. Обрано найбільш ефективний засіб вдосконалення роботи компанії на ринку онлайн– створення власного Інтернет-магазину та використання CRM-системи. Обґрунтовано економічну ефективність пропозиції та оцінені й проаналізовані показники ефективності управління витратами на підприємстві.

Аннотация: Целью работы является формирование системы онлайн продаж с целью повышения его эффективной деятельности на промышленном рынке. Объектом исследования является политика продажи подсолнечного масла на промышленном рынке.

Цель исследования – формирование онлайн системы продажи на промышленном рынке. Задачи состоят по выявлению недостатков текущей системы продаж и построения эффективной онлайн системы продаж, и определение этапов ее создания. В работе было предоставлено общую характеристику производственно-хозяйственной деятельности предприятия, его организационной структуре, проанализированы основные проблемы ведения деятельности, предложены рекомендации для улучшения работы компании на рынке онлайн и приведены основные ее преимущества. Проведен ситуационный анализ предприятия. Был проведен анализ сильных и слабых сторон компании, угроз и возможностей для дальнейшей работы. Было проведено исследование на основе внешней и внутренней вторичной информации. На основе этого были определены и обоснованы направления улучшения работы на формирование системы онлайн продаж. Избрано наиболее эффективное средство совершенствования работы компании на рынке онлайн - создание собственного Интернет-магазина и использования CRM-системы. Обоснованно экономическую эффективность предложения и

оценены и проанализированы показатели эффективности управления затратами на предприятии.

Annotation: The aim of the work is to create an online sales system in order to increase its effective activity in the industrial market. The object of research is the policy of selling sunflower oil on the industrial market.

The research objective is to create an online sales system in the industrial market. The tasks consist of identifying the disadvantages of the current sales system and building an effective online sales system, and determining the stages of its creation. In the work the general characteristics of the enterprise's production and economic activity, its organizational structure, the main problems of conducting the activity were analyzed, recommendations were given for improvement of the company's operation on the market and the main advantages of it were given. Conducted situational analysis of the enterprise. The analysis of strengths and weaknesses of the company, threats and opportunities for further work was conducted. Research was conducted on the basis of external and internal secondary information. Based on this, the directions for improving the work of creating an online sales system were identified and justified. The most effective means of improving the company's work in the online marketplace is the creation of its own online store and the use of the CRM system. The economic efficiency of the proposal is substantiated and the performance indicators of the cost management at the enterprise are analyzed.

11. Овдій Анна Анатоліївна

Тема дипломної роботи: Корегування комплексу маркетингу

Місце проходження практики: ТОВ «Е-КОМ ЕКС»

Анотація: Метою роботи є корегування комплексу маркетингу підприємства. Об'єктом дослідження- є маркетингова діяльність ТОВ «Е-КОМ ЕКС» на ринку корпоративного навчання. Суб'єктом дослідження- є ТОВ «Е-КОМ ЕКС», конкуренти та споживачі підприємства. Предмет дослідження- комплекс маркетингу ТОВ «Е-КОМ ЕКС. В даній роботі було проаналізовано організаційну структуру підприємства, було виділено задачі які постило перед собою ТОВ «Е-КОМ ЕКС». Також було описано та проаналізовано послугу корпоративного навчання, яку надає підприємство. Були писані та проаналізовані всі елементи комплексу маркетингу. Також було надані рекомендації, щодо його корегування.

Аннотация: Целью работы является корректировка комплекса маркетинга предприятия. Объектом исследования-является маркетинговая деятельность ООО «Е-КОМ ЭКС» на рынке корпоративного обучения. Субъектом исследования-является ООО «Е-КОМ ЭКС», конкуренты и потребители предприятия. Предмет исследования-комплекс маркетинга ООО «Е-КОМ ЭКС». В данной работе было проанализировано организационную структуру предприятия, были выделены задачи, которые встали перед собой ООО «Е-КОМ ЭКС». Также было описано и проанализировано услугу корпоративного обучения, которую предоставляет предприятие. Были

написаны и проанализированы все элементы комплекса маркетинга. Также было предоставлены рекомендации по его корректировке.

Summary: The purpose of the work is to adjust the complex of marketing of the enterprise. The object of research is the marketing activity of "E-KOM EX" Ltd. in the market of corporate training. The subject of the research is LLC "E-KOM EX", competitors and consumers of the enterprise. Subject of research - marketing complex LLC "E-KOM EX". In this work the organizational structure of the enterprise was analyzed, the tasks assigned to the "E-KOM EX" Ltd were set forth. The corporate training service provided by the company was also described and analyzed. All elements of the marketing complex were written and analyzed. Also, recommendations were made for its correction.

12. Рожошенко Юрій Олексійович

Тема дипломної роботи: Удосконалення товарної політики ТОВ "АЛЛО" на ринку послуг з продажу портативної цифрової техніки

Місце проходження практики: ТОВ "Медицина та Фітнес України"

Анотація: Метою практики є аналіз комунікаційних каналів, що використовуються на ринку, визначення їх ефективності та порівняння з каналами комунікації, які використовує компанія з метою вдосконалення комунікаційної політики ТОВ "Медицина та Фітнес України" на ринку соціальних мереж України. Об'єктом дослідження даної роботи є комплекс заходів комунікацій. Предметом є маркетингова діяльність підприємства ТОВ "Медицина та Фітнес України" на ринку соціальних мереж України. Під час проходження практики, нами було проаналізована діяльність компанії ТОВ "Медицина та Фітнес України" на ринку соціальних мереж в Україні, розглянуто внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на роботу підприємства, визначено основні проблеми з якими компанія зіткнулася на сучасному етапі на основі внутрішньої інформації. Нами було проаналізовано інтернет-ресурси, а також опитано експертів, якими є працівники компанії, а також спеціалісти сфери маркетингу. За результатами дослідження було обрано найбільш ефективні канали комунікації. На основі результатів дослідження було розроблено список рекомендацій для вдосконалення комунікаційної політики компанії.

Аннотация: Целью практики является анализ коммуникационных каналов, используемых на рынке, определение их эффективности и сравнения с каналами коммуникации, используемых компания с целью совершенствования коммуникационной политики ООО "Медицина и Фитнес Украины" на рынке социальных сетей Украины. Объектом исследования данной работы является комплекс мероприятий коммуникаций. Предметом является маркетинговая деятельность предприятия ООО "Медицина и Фитнес Украины" на рынке социальных сетей Украины. Во время прохождения практики, нами было проанализировано деятельность компании ООО "Медицина и Фитнес Украины" на рынке социальных сетей в Украине, рассмотрены внутренние и внешние факторы, влияющие на работу

предприятия, определены основные проблемы, с которыми компания столкнулась на современном этапе на основе внутренней информации. Нами были проанализированы интернет-ресурсы, а также опрошены экспертов, которыми являются работники компании, а также специалисты сферы маркетинга. По результатам исследования были выбраны наиболее эффективные каналы коммуникации. На основе результатов исследования был разработан список рекомендаций по совершенствованию коммуникационной политики компании.

Summary: The aim of the practice is to analyze the communication channels used in the market, to determine their effectiveness and to compare with the communication channels used by the company to improve the communication policy of LLC "Medicine and Fitness of Ukraine" in the Ukrainian social networking market. The object of study of this work is a set of communications activities. The subject is marketing activity of LLC "Medicine and Fitness of Ukraine" on the market of social networks of Ukraine. During the course of practice, we analyzed the activity of LLC "Medicine and Fitness of Ukraine" in the market of social networks in Ukraine, considered internal and external factors that affect the work of the company, identified the main problems that the company encountered at the present stage on the basis of internal information. We analyzed the Internet resources, as well as interviewed experts, which are employees of the company, as well as specialists in the field of marketing. According to the results of the study, the most effective channels of communication were chosen. Based on the results of the study, a list of recommendations was developed to improve the company's communication policy.

13. Солнцев Михайло Ігорович

Тема дипломної роботи: «Розроблення стратегії зростання ТОВ «КАРОЛА» на ринку технічних випробувань та досліджень об'єктів підвищеної небезпеки»

Місце проходження практики: ТОВ «КАРОЛА»

Анотація: Метою звіту є підсумковий аналіз маркетингових особливостей, економічних відносин суб'єктів, теперішній стан та динаміка ринку технічних випробувань та досліджень об'єктів підвищеної небезпеки та визначення особливостей маркетингової діяльності на цій основі, а також доцільності виходу на нові регіони. Об'єкт дослідження – ринок технічних випробувань та досліджень об'єктів підвищеної небезпеки України по регіонам. Предмет дослідження – маркетингова діяльність на ринку технічних випробувань та досліджень об'єктів підвищеної небезпеки України. Наведено процес надання послуги, бар'єри, що впливають на ринок та генезис попиту. Визначено динаміку та етап життєвого циклу. Виявлено фактори, які впливають на ринок, до яких відносяться: зміна регламентів, децентралізація, зміна динаміки ринку нового будівництва та промислового виробництва, промислова демографія та інші. Визначено основних споживачів, шляхом сегментування ринку, цілі компаній-замовників та

мотиваційне поле осіб, що приймають рішення. Детерміновано та проаналізовано конкурентів на ринку. Розраховано абсолютні частки ринку підприємств, що працюють на ринку, наведено характеристику ринку з точки зору теперішнього та майбутнього стану конкуренції, проведено ступеневий аналіз конкуренції та розроблено карти стратегічних груп. На основі проаналізованих детермінант, зроблено висновки щодо загального стану ринку технічних випробувань та досліджень об'єктів підвищеної небезпеки та особливостей маркетингової діяльності на ньому.

Аннотация: Целью отчета является итоговый анализ маркетинговых особенностей, экономических отношений субъектов, нынешнее состояние и динамика рынка технических испытаний и исследований объектов повышенной опасности, определения особенностей маркетинговой деятельности на этой основе, а также целесообразности выхода на новые регионы. Объект исследования - рынок технических испытаний и исследований объектов повышенной опасности Украины по регионам. Предмет исследования - маркетинговая деятельность на рынке технических испытаний и исследований объектов повышенной опасности Украины. Приведены процесс предоставления услуги, барьеры, влияющие на рынок и генезис спроса. Определена динамика и этап жизненного цикла. Выявлены факторы, влияющие на рынок, к которым относятся: изменение регламентов, децентрализация, изменение динамики рынка нового строительства и промышленного производства, промышленная демография и другие. Определены основные потребители, путем сегментирования рынка, цели компаний-заказчиков и мотивационное поле лиц, принимающих решения. Детерминировано и проанализированы конкурентов на рынке. Рассчитано абсолютные доли рынка предприятий, работающих на рынке, приведена характеристика рынка с точки зрения настоящего и будущего состояния конкуренции, проведения степенной анализ конкуренции и разработаны карты стратегических групп. На основе проанализированных детерминант, сделаны выводы относительно общего состояния рынка технических испытаний и исследований объектов повышенной опасности и особенностей маркетинговой деятельности на нем.

Summary: The purpose of the report is a final analysis of marketing features, economic relations of the subjects, the current state and dynamics of the market of technical tests and researches of high-danger objects, identification of features of marketing activities on this basis, and the feasibility of entering new regions. The object of the research is the market of technical tests and researches of high-danger objects of Ukraine by region. The subject of the research is marketing activity in the market of technical tests and researches of high-danger objects of Ukraine. The process of providing services, barriers affecting the market and the genesis of demand are presented. The dynamics and stage of the life cycle are determined. The factors that affect the market are identified, such as: changes in regulations, decentralization, changes in the dynamics of the new construction and industrial market, industrial demography, and others. The main consumers are identified, by segmentation of the market, the goals of the customer companies and the

motivation field of decision makers. Determined and analysed competitors in the market. The absolute shares of the market of enterprises operating on the market are calculated, the characteristics of the market are presented from the point of view of the present and future state of competition, a step-by-step analysis of competition was conducted, and maps of strategic groups were developed. On the basis of the analysed determinants, conclusions about the general state of the market of technical tests and researches of high-danger objects and the peculiarities of marketing activity on it are made.

14. Сюнякова Анжела Ренатівна

Тема дипломної роботи: Формування системи стимулювання збуту на ринку засобів очищення поверхні автомобілів України

Місце проходження практики: ТОВ «Вінзор»

Анотація: Метою роботи є обґрунтування заходів щодо формування системи стимулювання збуту на промисловому ринку з метою підвищення обсягів продажу компанії та його ефективної діяльності. Завдання даної роботи: збір даних про діяльність компанії на ринку, проведення аналізу маркетингового середовища та визначення маркетингової управлінської проблеми. В роботі було надано характеристику організаційно-правової структури підприємства, існуючої ринково-продуктової стратегії, виробничого процесу, кадрової політики та процес управління на підприємстві, а також розглянуто фінансово-економічні показники діяльності компанії. Проаналізовано внутрішнє середовище компанії та зовнішнє середовище на ринку. На основі аналізу виділено сильні та слабкі сторони підприємства, а також ринкові можливості та загрози, і відповідно сформовано маркетингову управлінську проблему підприємства, що відповідає результатам SWOT-аналізу.

Аннотация: Целью работы является обоснование мероприятий относительно формирования системы стимулирования сбыта на промышленном рынке для увеличения объемов продаж компании и его эффективной деятельности. Задача данной работы: сбор данных о деятельности компании на рынке, проведение анализа маркетинговой среды и определение маркетинговой управленческой проблемы. В работе описали организационно-правовую структуру предприятия, существующую рыночно-продуктовую стратегию, производственный процесс, кадровую политику и процесс управления на предприятии, а также рассмотрели финансово-экономические показатели деятельности компании. Проанализированы внутренняя среда компании и внешняя среда на рынке. На основе анализа выделены сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы, и соответственно сформировано маркетинговую управленческую проблему предприятия, которая соответствует результатам SWOT-анализа.

Annotation: The aim of the work is to justify measures to create a system for sales stimulating on the industrial market in order to increase the sales volume of the company and its effective activity. The tasks of this work: collecting data on the company's activities in the market, analyzing the marketing environment and

defining a marketing management problem. In this work the characteristics of the organizational structure of the enterprise, the existing market-product strategy, the production process, personnel policy and management process at the enterprise were given, as well as the financial and economic indicators of the company's activity were considered. The internal environment of the company and the external environment on the market are analyzed. On the basis of the analysis, the strengths and weaknesses of the company, as well as market opportunities and threats are highlighted, and the marketing management problem of the enterprise corresponding to the results of the SWOT-analysis is formed accordingly.

15. Філімонов Віталій Вікторович

16. Щекочіхіна Тая Олександрівна

Тема дипломної роботи: тему дипломної роботи уточню в понеділок, не впевнена в одному слові

Місце проходження практики: ТОВ «Крісла Люкс».

Анотація: Об'єктом дослідження є ринок ергономічної продукції України. Предметом дослідження є виявлення оптимальних напрямків удосконалення каналу Інтернет-комунікації компанії «Ergo Place», спрямованих на покращення її діяльності.

У першому розділі роботи було проаналізовано загальну характеристику виробничої діяльності підприємства. Зокрема, надано характеристику основним господарсько-правовим засадам його функціонування: надано опис правового статусу підприємства та форми його власності, історичну довідку підприємства, проаналізовано основні фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, організаційну та виробничу структури підприємства. Проведено аналіз внутрішніх факторів підприємства та дослідження впливу зовнішніх факторів маркетингового середовища на діяльність підприємства на ринку, його маркетингову стратегію. За результатами проведеного аналізу із застосуванням сучасних маркетингових методів аналізу було визначено маркетингову управлінську проблему, яку необхідно вирішити для покращення бізнес діяльності підприємства.

У другому розділі роботи було розроблено методологію дослідження, проаналізовано основні економічні категорії та поняття, які становлять предмет дослідження, розроблено загальну модель, яка відображає процес виявлення оптимальних напрямків удосконалення каналу Інтернет-комунікації компанії «Ergo Place». Крім того, було проаналізовано, яким чином даний предмет досліджується чи вивчається; які існують методики та які використовуються підходи, інструменти дослідження у цій сфері. На основі розглянутих існуючих підходів було обрано ті, що найкраще враховують специфіку діяльності підприємства, ринку та найбільше підходять до розв'язання даної проблеми, до отримання необхідної у даному дослідженні інформації. Також було детально сформовано ціль та завдання

маркетингового дослідження, а також розроблено план дослідження. Було докладно обґрунтовано методологію отримання вторинної та первинної інформації, розроблено графік проведення маркетингового дослідження, сформовано завдання дослідження.

У третьому розділі було детально проаналізовано та оброблено вторинну інформацію та інформацію, отриману під час опитування споживачів та експертів. За результатами проведеного дослідження було визначено напрямки удосконалення Інтернет-комунікацій компанії «Ergo Place», надано чіткі та підкріплені конкретною інформацією, рекомендації щодо шляхів удосконалення Інтернет-комунікацій компанії, обґрунтовано економічну ефективність маркетингових заходів, запропонованих в роботі.

Аннотація: Объектом исследования является рынок эргономичной продукции Украины. Предметом исследования является выявление оптимальных направлений совершенствования канала Интернет-коммуникации компании «Ergo Place», направленных на улучшение ее деятельности.

В первой главе работы были проанализированы общая характеристика производственной деятельности предприятия. В частности, дана характеристика основным хозяйственно-правовым основам его функционирования: предоставлено описание правового статуса предприятия и формы его собственности, историческую справку предприятия, проанализированы основные факторы внешней и внутренней среды, организационную и производственную структуры предприятия. Проведен анализ внутренних факторов предприятия и исследовано влияния внешних факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия на рынке, его маркетинговую стратегию. По результатам проведенного анализа с применением современных маркетинговых методов анализа было определено маркетинговую управленческую проблему, которую необходимо решить для улучшения бизнес деятельности предприятия.

Во втором разделе работы была разработана методология исследования, проанализированы основные экономические категории и понятия, которые составляют предмет исследования, разработана общая модель, отражающая процесс выявления оптимальных направлений усовершенствования канала Интернет-коммуникации компании «Ergo Place». Кроме того, было проанализировано, каким образом данный предмет исследования изучается; какие существуют методики, используются подходы и инструменты исследования в этой сфере. На основе рассмотренных существующих подходов были избраны те, которые наилучшим образом учитывают специфику деятельности предприятия, рынка и подходят для решения данной проблемы предприятия. Также детально сформировано цель и задачи маркетингового исследования, разработан план исследования. Было подробно обосновано методологию получения вторичной и первичной информации, разработан график проведения маркетингового исследования, сформированы задачи исследования.

В третьем разделе детально проанализировано и обработано вторичную информацию и информацию, полученную в ходе опроса потребителей и экспертов. По результатам проведенного исследования было определено направления усовершенствования Интернет-коммуникаций компании «Ergo Place», предоставлены четкие рекомендации по усовершенствованию Интернет-коммуникаций компании, обоснованно экономическую эффективность маркетинговых мероприятий, предложенных в работе.

Summary: The object of research of this work is the market of ergonomic products of Ukraine. The subject of the study is to identify the best ways to improve the «Ergo Place» Internet communication channel, aimed at improving its business.

In the first section of the work was analyzed the general characteristics of the enterprise's production activities. In particular, the main economic and legal principles of its functioning are described: the description of the legal status of the enterprise and its form of ownership, the historical certificate of the enterprise, the main factors of the external and internal environment, organizational and production structure of the enterprise are analyzed. The analysis of internal factors of the enterprise and the study of the influence of external factors of the marketing environment on the activity of the company in the market, its marketing strategy. According to the results of the analysis with the use of modern marketing methods of analysis, a marketing management problem was identified that needs to be resolved in order to improve the business activity of the enterprise.

In the second section of the work, the research methodology was developed, the main economic categories and concepts that constitute the subject of research were analyzed, a general model was developed that reflects the process of identifying the best ways of improving the «Ergo Place» Internet communication channel. In addition, it was analyzed how this subject is being studied or studied; what methods and approaches are used, research tools in this area. Based on the considered existing approaches, those that best take into account the specifics of the enterprise, the market and are most suitable for solving this problem, were selected to obtain the information required in this study. Also, the purpose and tasks of the marketing research were formulated in detail, and the research plan was developed. The methodology of obtaining secondary and primary information was substantiated, the schedule of marketing research was developed, the research task was formed.

In the third section, the secondary information and information obtained during the consumer and expert survey was thoroughly analyzed and processed. According to the results of the study, the directions of improvement of Internet communications of «Ergo Place» Company were determined, clear and supported by concrete information, recommendations on ways to improve Internet communications of the company, and justified the economic efficiency of the marketing activities proposed in the work.