

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«РЕКЛАМА В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА І ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18 вв

Спеціальності 075 Маркетинг

Ванжа Ілона Григорівна

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Ванжа І.Г. Реклама в системі комунікаційної діяльності підприємства і шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні засади дослідження рекламної кампанії підприємства, здійснено аналіз маркетингового середовища ТОВ «Фармпостач», розроблено рекомендації щодо напрямків удосконалення системи комунікаційної діяльності підприємства. У процесі роботи зроблено висновки та пропозиції щодо удосконалення комунікаційної політики компанії. Результати розробок можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності.

Ключові слова: рекламна кампанія, комунікаційна політика, комунікаційна діяльність, реклама.

SUMMARY

Vanzha I.G. Advertising in the communication system of the enterprise and ways to improve it.

In master's thesis is devoted to the theoretical-methodological basis of the study of the product mix of THE CROPS were reviewed, an analysis of the marketing environment of the company was made, recommendations were developed to improve the formation of the product mix of THE CROPS. In the process, conclusions and suggestions were made on the formation of a rational structure of the company's product mix. Development results can be used in practical marketing activities.

In master's thesis is devoted to the theoretical-methodological basis of the study of the advertising campaign of the enterprise were considered, the marketing environment of Pharmpostach was analyzed, the recommendations on directions of improvement of the system of communication activity of the enterprise were developed. In the process, conclusions and suggestions were made on improving the company's communication policy. Development results can be used in practical marketing activities.

Keywords: product assortment, assortment policy, marketing environment, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Поняття і роль реклами в сучасних умовах.....	8
1.2. Цілі, принципи, фактори і етапи розробки рекламної компанії.....	16
1.3. Методи оцінки ефективності рекламної компанії.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФАРМПОСТАЧ».....	36
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Фармпостач».....	36
2.2. Огляд основних тенденцій ринку.....	46
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	54
2.3.1. Аналіз мікросередовища.....	54
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз.....	55
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства ТОВ «Фармпостач».....	57
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФАРМПОСТАЧ».....	60
3.1. Напрямки удосконалення комунікаційної політики підприємства ТОВ «Фармпостач».....	60
3.2. Розробка рекламної кампанії для мережі аптек ТОВ «Фармпостач».....	62
3.3. Розрахунок ефективності рекламної компанії	78
ВИСНОВКИ.....	80
ДОДАТКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88