

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ16
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Меньшикова Анастасія Олександрівна
ПІБ

Керівник: Курочкіна І.Г., доцент
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Меньшикова А.О. Розробка маркетингових заходів з формування позитивного іміджу компанії.

В кваліфікаційній роботі було розглянуто поняття та сутність іміджу компанії, його значення, формування і сприйняття. Розглянуто основні елементи та маркетингові заходи, які формують структуру позитивного іміджу компанії.

З урахуванням специфіки діяльності та продукції компанії ТОВ «АФІНА-ГРУП» були розроблені та запропоновані маркетингові заходи з формування позитивного іміджу компанії, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку, збільшенню обсягів продажу та прибутку.

Ключові слова: імідж компанії, маркетингові заходи, маркетингова концепція управління підприємством, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, маркетинговий аудит, маркетинговий бюджет, економічна доцільність.

SUMMARY

Menshikova A.O. Development of marketing measures to form a positive image of the company.

The qualification work considered the concept and essence of the company's image, its significance, formation and perception. The main elements and marketing activities that form the structure of a positive image of the company are considered.

Taking into account the specifics of the activities and products of "AFINA-GROUP" company and competitive conditions, marketing measures were developed and proposed to form a positive image of the company, which will increase the competitiveness of the company in the market, increase sales and profits.

Keywords: company image, marketing activities, marketing concept of enterprise management, organization of marketing activities of the enterprise, marketing complex, control of marketing activities of the enterprise, marketing analysis of the enterprise, marketing audit, marketing budget, economic feasibility.

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ	
1.1.Поняття та сутність іміджу компанії, його значення, формування і сприйняття	5
1.2.Основні елементи та маркетингові заходи, які формують структуру позитивного іміджу компанії	9
1.3.Вплив іміджу компанії на вибір споживача та на конкурентоспроможність організації	15
Розділ 2. СТАН ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ ТОВ "АФІНА-ГРУП"	
2.1.Характеристика господарської діяльності підприємства	20
2.2.Аналіз та оцінка існуючої системи розробки маркетингових заходів з формування позитивного іміджу компанії	28
2.3.Аналіз ринку, на якому діє підприємство	33
2.4.Сегментування ринку та позиціонування продукції	38
2.5.SWOT – аналіз	43
Розділ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ	
3.1.Розробка маркетингових заходів з вдосконалення позитивного іміджу компанії	46
3.2.Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	54
3.3.Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів	58
Висновки	62
Список використаних джерел	65