

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Планування рекламної діяльності на підприємстві»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Батраков Іван Олександрович

Керівник: В.В. Татарінов, к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Батраков І.О. Планування рекламної діяльності на підприємстві

В роботі запропоновано шляхи удосконалення рекламної кампанії підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику «Агенство з нерухомості «Квартал» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю «Агенство з нерухомості «Квартал» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення рекламної кампанії «Агенство з нерухомості «Квартал» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів «Агенство з нерухомості «Квартал».

Ключові слова: маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс.

S U M M A R Y

Batrakov I Planning of advertising activity at the enterprise

The paper proposes ways to improve the company's advertising campaign. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. A general organizational characteristic of Tivey-Ukraine SE was presented and its financial condition assessed. An analysis of marketing activities management of SE “Tivey-Ukraine” has been carried out and proposals for improvement of this process have been developed. Improvement of the advertising campaign of Tivey-Ukraine SE due to organizational measures and staff motivation is proposed. Measures to increase the sales volume of SE “Tivey-Ukraine” are substantiated.

Keywords: marketing, advertising campaign, marketing mix.

ЗМІСТ

ВСТУП..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 1. РЕКЛАМА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ **Ошибка! Закладка не определена.**

1.1. Суть маркетингової реклами та її класифікація.. **Ошибка! Закладка не определена.**

1.2. Функції реклами **Ошибка! Закладка не определена.**

1.3. Основи вибору рекламної кампанії **Ошибка! Закладка не определена.**

1.4. Етапи проведення рекламної кампанії підприємства**Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДП «ТІВЕЙ УКРАЇНА»**Ошибка! Закладка не определена.**

2.1. Організаційно-економічна характеристика ДП «Тівей-Україна»**Ошибка! Закладка не определена.**

2.2. Оцінка показників ефективності діяльності підприємства.....**Ошибка! Закладка не определена.**

2.3. Розробка рекламної кампанії ДП «Тівей Україна» з метою покращення ефективності діяльності..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**Ошибка! Закладка не определена.**

3.1. Економічне обґрунтування впливу рекламної кампанії на діяльність підприємства ДП «Тівей Україна» 54

3.2. Розробка напрямків удосконалення рекламної кампанії ДП «Тівей Україна» **Ошибка! Закладка не определена.**

ВИСНОВКИ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ **Ошибка! Закладка не определена.**