

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

**«АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ ДО РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ
ТА РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ
РЕКЛАМНИХ КОМУНІКАЦІЙ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-19
спеціальності 075 «Маркетинг»

шифр і назва

Пер'ян О.С.

прізвище, ініціали

Керівник: Білоткач І.А. к.е.н., доцент

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене
звання*

**м. Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Пер'ян О.С. Аналіз уподобань споживачів до рекламної продукції та розробка рекомендацій щодо вдосконалення рекламних комунікацій.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи створення рекламної продукції, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства «Brain». З урахуванням специфіки продукції підприємства «Brain» та конкурентних умов запропоновано інтенсифікувати маркетингові зусилля компанії з створення рекламної продукції, та розробці додаткових інструментів маркетингової комунікації. Впровадження цих змін приведе до підвищення активності аудиторії, та більш ефективних маркетингових комунікацій.

Ключові слова: Рекламна продукція, маркетингове дослідження, маркетингові комунікації, мотиви у рекламі, маркетинговий аналіз підприємства, аналіз бренду.

SUMMARY

O.S. Perian. Analysis of consumer preferences for advertising products and development of recommendations for improving advertising communications.

The bachelor's qualification work examines the theoretical and methodological foundations of creating advertising products, conducts marketing analysis and marketing audit of activities, and develops recommendations for improving the organization of marketing activities of the "Brain" company. Taking into account the specific nature of the "Brain" company's products and competitive conditions, it is proposed to intensify the marketing efforts of the company in creating advertising products and developing additional marketing communication tools. The implementation of these changes will lead to increased audience engagement and more effective marketing communications.

Keywords: Advertising products, marketing research, marketing communications, motives in advertising, company marketing analysis, brand analysis

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	9
1.1. Маркетингові комунікації та їх основні інструменти.....	9
1.2 Основні рекламні мотиви і прийоми, при виробі рекламної продукції.	18
1.3 Прийоми інтелектуального сприйняття реклами та довіра до неї	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «BRAIN» ТА ЇЇ МАРКЕТИНГОВИЙ КОМУНІКАЦІЙ	31
2.1. Характеристика компанії «Brain»	31
2.2. Аналіз сегментів ринку ПК та доступні цільові аудиторії.....	38
2.3. Аналіз рекламної продукції та маркетингових рішень компанії «Brain»	42
2.4. CRM система як основний маркетинговий інструмент компанії «Brain»	48
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ ДО РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНИХ КОМУНІКАЦІЙ	53
3.1. Аналіз рекламної продукції конкурентів компанії	53
3.2. Аналіз уподобань споживачів до рекламної продукції	57
3.3. Розробка рекомендацій щодо створення рекламної продукції компанії «Brain».....	61
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
ДОДАТКИ	78