

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ФІРМИ»

Виконав: здобувач 5 курсу,

групи МГ-21м

Спеціальності 075 Маркетинг

Мерзлюк Володимир

Володимирович

Керівник: Красовська О.Ю., д.е.н.,

професор

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Мерзлюк В.В. Розробка маркетингових заходів з формування позитивного іміджу фірми

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи формування іміджу підприємства, як чинника підвищення лояльності споживачів та конкурентоспроможності компанії, здійснено аналіз маркетингової діяльності підприємства ТОВ «АТБ», розроблено рекомендації щодо використання маркетингових інструментів вдосконалення позитивного іміджу підприємства «АТБ». З урахуванням особливостей діяльності підприємства ТОВ «АТБ» та конкурентних умов були розроблені рекомендації щодо застосування моделей формування позитивного іміджу ТОВ «АТБ» в умовах сьогодення.

Ключові слова: імідж фірми, інтернет-маркетинг, маркетинговий аналіз, іміджд, маркетинг, SWOT-аналіз, сегментування ринку

Merzlyuk V.V. Formation of a positive image of the company using marketing tools

In the qualification work the theoretical and methodical bases of the company's image as a factor of increasing consumer loyalty and competitiveness of the enterprise are considered, the marketing analysis and marketing audit of the activity are carried out, the recommendations on improving the positive image of ATB enterprise are developed. Taking into account the specifics of the products and activities of the company "ATB" and competitive conditions, a strategy of marketing measures to improve the positive image of marketing tools was developed.

Keywords: company image, internet marketing, marketing analysis, image, marketing, SWOT analysis, market segmentation

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1 Імідж підприємства в загальній системі управління	9
1.2 Формування та планування іміджу підприємства - як складова управлінського процесу.....	17
1.3 Особливості формування іміджу торговельного підприємства.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УМОВ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АТБ»	
2.1. Загальна характеристика підприємства ТОВ «АТБ»	27
2.2. Аналіз внутрішнього маркетингового середовища підприємства ТОВ «АТБ»	33
2.3 Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства ТОВ «АТБ».....	38
2.4 SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства ТОВ «АТБ»	46
3. ЗАХОДИ З ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АТБ»	
3.1 Обґрунтування доцільності формування іміджу ТОВ «АТБ».....	49
3.2 Рекомендації щодо застосування моделей формування позитивного іміджу торговельного підприємства ТОВ «АТБ».....	52
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	65