

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства»

Виконав: здобувач 4 курсу,

групи МГ-16

Спеціальності 075 Маркетинг

Кошляк Єлизавета Євгеніївна

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., професор

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Кошляк Є.Є. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні засади формування і оцінки комплексу маркетингових комунікацій підприємства, визначено основний інструментарій маркетингових комунікацій підприємства, розглянуто методологію оцінки ефективності комунікаційної політики. Проведено аналіз ринкової діяльності та фактори поточної маркетингової комунікаційної політики підприємства ТОВ «Слайд», аналіз ринкового середовища діяльності підприємства, виявлено основні проблеми та недоліки маркетингової комунікаційної політики підприємства. Сформовано шляхи вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства ТОВ «Слайд», Заходи щодо вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій. Надано розрахунок бюджету комплексу маркетингових комунікацій та оцінено економічний ефект від впровадження запропонованих заходів.

Ключові слова: аналіз ринку, маркетингове середовище, комплекс маркетингових комунікацій, Інтернет маркетинг, PEST та SWOT-аналіз, економічний ефект, маркетинговий бюджет.

SUMMARY

Koshlyak E.E. Improving the complex of marketing communications of the enterprise.

In the qualifying work the theoretical and methodical bases of formation and estimation of a complex of marketing communications of the enterprise are considered, the basic toolkit of marketing communications of the enterprise is defined, the methodology of an estimation of efficiency of communication policy is considered. The analysis of market activity and factors of the current marketing communication policy of the enterprise LLC "Slide", the analysis of the market environment of the enterprise, the main problems and shortcomings of the marketing communication policy of the enterprise are revealed. Ways to improve the complex of marketing communications of the company LLC "Slide", Measures to improve the complex of marketing communications. The calculation of the budget of the complex of marketing communications is given and the economic effect from the implementation of the proposed measures is estimated.

Keywords: market analysis, marketing environment, complex of marketing communications, Internet marketing, PEST and SWOT-analysis, economic effect, marketing budget.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	6
Розділ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І ОЦІНКИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Роль та сутність комунікацій в системі маркетингу підприємства	9
1.2. Основний інструментарій маркетингових комунікацій підприємства	16
1.3. Методологія оцінки ефективності комунікаційної політики	25
Розділ 2 АНАЛІЗ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФАКТОРИ ПОТОЧНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СЛАЙД»	34
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства	34
2.2. Аналіз ринкового середовища діяльності підприємства	43
2.3. PEST та SWOT-аналіз для підприємства ТОВ «Слайд»	50
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукту підприємства на ринку	54
2.5. Основні проблеми та недоліки маркетингової комунікаційної політики підприємства	59
Розділ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СЛАЙД»	64
3.1. Заходи щодо вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій	64
3.2. Розрахунок бюджету комплексу маркетингових комунікацій ..	80
3.3. Оцінка економічного ефекту від впровадження запропонованих заходів	84
ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91
ДОДАТКИ	95

