

**ALFRED NOBEL UNIVERSITY
INTERNATIONAL MARKETING DEPARTMENT**

BACHELOR'S QUALIFICATION WORK

on the topic

"DEVELOPMENT OF THE COMPANY'S PRODUCT PROMOTION SYSTEM"

Performed by: student of the 4th year, group MGeng-19
Specialties 075 Marketing
Cherep K. A.
Supervisor: Mostova A. D., Associate professor

**Dnipro
2023**

АНОТАЦІЯ

Череп К. А. "Розробка системи просування продукції компанії"

У кваліфікаційній роботі аналізуються теоретичні та методологічні основи розробки системи просування продукції компанії та основні показники просування продукції і маркетингу, політика компанії і визначається рівень її конкурентоспроможності на внутрішньому ринку збуту. Проводячи SWOT-аналіз підприємства і послуг, які воно надає, виявляються основні послуги цієї компанії, які можуть принести їй найбільший прибуток і вийти на національний рівень. У статті представлені пропозиції щодо виходу компанії на нові ринки збуту за рахунок правильної системи просування на національному ринку. Дана оцінка ефективності запропонованих заходів і доведена їх дієвість для досліджуваних підприємств.

Ключові слова: просування товару, маркетингові комунікації, методи просування товару, реклама, стимулювання збуту, продажу.

SUMMARY

Cherep K.A. "Development of the company's product promotion system"

The qualification paper analyzes the theoretical and methodological foundations development of the company's product promotion system. The main indicators of product promotion and marketing are analyzed the company's policy and the level of its competitiveness on the market is determined domestic sales market. Conducting a SWOT analysis of the enterprise and the services that it provides, the main services of this company that can bring it the greatest profits and reach the national level are identified. The article presents proposals for the company's entry into New Sales markets due to the correct system of promotion in the national market. An assessment of the effectiveness of the proposed measures is given and their effectiveness for the study is proved businesses.

Keywords: product promotion, marketing communications, methods of product promotion, advertising, sales promotion, sales.

CONTENTS

INTRODUCTION.....	7
CHAPTER 1. THEORETICAL FOUNDATIONS OF DEVELOPING A COMPANY'S PRODUCT PROMOTION SYSTEM IN MODERN REALITIES	6
1.1. The essence and significance of the product promotion system in the company.....	6
1.2. Formation and implementation of the company's product promotion system.....	14
1.3. Scientific approaches to evaluating the effectiveness of enterprise product promotion	19
CHAPTER 2. RESEARCH OF THE EFFECTIVENESS OF THE COMPANY'S SERVICE PROMOTION SYSTEM.....	22
2.1. Organizational and economic characteristics of the company.....	22
2.2. Evaluation of the features and effectiveness of the company's service promotion sytem.....	35
2.3. Research of the market in which the enterprise operates and its position on it	42
2.4. Segmentation and positioning	46
2.5. SWOT-analysis of PE "KoTris"	49
CHAPTER 3. DIRECTIONS FOR IMPROVING OF «KOTRIS'S» PRODUCT PROMOTION SYSTEM.....	52
<u>3.1. SUGGESTIONS FOR IMPROVING THE SERVICE PROMOTION SYSTEM.....</u>	52
<u>3.2. EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF THE PROPOSED MEASURES.....</u>	65
CONCLUSIONS	75
<u>LIST OF REFERENCES</u>	78

