

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«Розробка програми просування нової послуги на ринок»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Логвінова Анастасія Святославівна

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

Дніпро
2024

АНОТАЦІЯ

Логвінова А.С. Розробка програми просування нової послуги на ринок.

Кваліфікаційна робота присвячена розробці програми просування нової послуги на ринку, зокрема дизайнерських послуг, які надає рекламне агентство "Kukurudza.". У роботі детально розглядаються стратегії та інструменти просування на ринку, враховуючи специфіку дизайнерських послуг. Вивчено сучасні тенденції в рекламі, проаналізовано конкурентні переваги та визначено цільову аудиторію для успішного впровадження нової послуги.

Ключові слова: дизайнерські послуги, програма просування, дизайнерські послуги, цільова аудиторія, конкурентні переваги, реклама та просування

SUMMARY

Logvinova A.S. Development of a Promotion Program for a New Service on the Market.

This qualification work is dedicated to the development of a promotion program for a new service on the market, specifically designer services provided by the advertising agency "Kukurudza". The paper thoroughly examines strategies and tools for market promotion, taking into account the specificity of designer services. Modern trends in advertising are studied, competitive advantages are analyzed, and a target audience is identified for the successful implementation of the new service.

Keywords: designer services, promotion program, target audience, competitive advantages, advertising and promotion.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВИХ ПОСЛУГ	7
1.1 Теоретичні аспекти маркетингу послуг.	7
1.2 Особливості просування дизайнерських послуг на ринку.	18
1.3 Аналіз існуючих теоретичних підходів.	26
РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГЕНТСТВА «KUKURUDZA». ПЕРСПЕКТИВИ НА РИНКУ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ПОСЛУГ	31
2.1. Огляд ринку дизайнерських послуг (логотипи, буклети, каталоги, сайти).	31
2.2. Аналіз маркетингового середовища агентства «Kukurudza».	46
2.3. PEST-аналіз та SWOT-аналіз підприємства.	55
2.4. Визначення проблем і можливостей розвитку послуг на підприємстві.	61
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВИХ ПОСЛУГ ДЛЯ АГЕНТСТВА «KUKURUDZA	64
3.1. Розробка маркетингової стратегії просування для агентства «Kukurudza».	64
3.2. Визначення цільових сегментів та позиціонування послуг.	68
3.3. Розробка заходів щодо просування (реклама, PR, онлайн-маркетинг).	74
3.4. Оцінка ефективності запропонованих заходів.	88
ВИСНОВКИ	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	102
ДОДАТОК	106