

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

**«СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ РОЗВАГ»**

**Виконав: здобувач 4 курсу,
групи ПТБ-20 зс
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Кряж Олена Вікторівна
Керівник: Сергєєва О.Р.,
к.н.держ.упр., доцент**

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Кряж О.В. «Стратегії використання реклами як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері розваг». У випускній кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти використання маркетингових комунікацій для підвищення ефективності рекламної діяльності кінотеатру Кінобокс у місті Дніпро. Проведено аналіз існуючих рекламних кампаній, розроблено новий контент-план та медіаплан, а також запропоновано додаткові заходи, такі як співпраця з інфлюенсерами. Розраховано прогноз ефективності запропонованих заходів та визначено основні показники для оцінки їх результативності. Робота містить практичні рекомендації щодо вдосконалення рекламної діяльності та підвищення конкурентоспроможності кінотеатру.

Ключові слова: маркетингові комунікації, реклама, кінотеатр Кінобокс, конкурентоспроможність, соціальні мережі, інфлюенсери, контент-план, медіаплан, ефективність реклами.

SUMMARY

Kryazh O.V. "Strategies for Using Advertising as a Tool to Increase the Competitiveness of Enterprises in the Entertainment Sector". The thesis explores the theoretical and practical aspects of using marketing communications to enhance the effectiveness of advertising activities for the Kinobox cinema in the city of Dnipro. The analysis of existing advertising campaigns was conducted, a new content plan and media plan were developed, and additional measures such as cooperation with influencers were proposed. The effectiveness forecast of the proposed measures was calculated and the key indicators for evaluating their performance were identified. The work includes practical recommendations for improving advertising activities and increasing the competitiveness of the cinema.

Keywords: marketing communications, advertising, Kinobox cinema, competitiveness, social networks, influencers, content plan, media plan, advertising effectiveness.

3MICT

No table of contents entries found.