

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА ТА ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВИСТАВКИ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Долгов Володимир Валентинович

ПІБ

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Долгов В.В. Розробка та проведення маркетингових заходів підприємства в умовах виставки.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи розробки та проведення маркетингових заходів підприємства в умовах виставки, здійснено маркетинговий аналіз діяльності ТОВ «Геліос Стратегія», розроблені та втілені маркетингові заходи для компанії в умовах підготовки до виставки, розроблено рекомендації щодо вдосконалення маркетингових заходів компанії в умовах підготовки до виставки. Запропоновано обрання нового стенду, формування запасів рекламної та нової сувенірної продукції, розширення відділу маркетингу, розширення асортименту, підвищення активності у соціальних мережах, розробка методики опитування.

Ключові слова: маркетингова стратегія, B2B-маркетинг, виставкова діяльність, маркетинговий бюджет, маркетингові заходи, цільова аудиторія.

SUMMARY

Dolhov V.V. Development and implementation of marketing events for the enterprise in the context of an exhibition.

The bachelor's thesis work explores the theoretical and methodological foundations for the development and implementation of a company's marketing activities in the context of an exhibition. A marketing analysis of the activities of Helios Strategia LLC was conducted, marketing measures for the company were developed and implemented during the preparation for the exhibition, and recommendations for improving the company's marketing efforts in this context were proposed. These include selecting a new exhibition stand, forming a stock of advertising and new promotional materials, expanding the marketing department, broadening the product range, increasing activity on social media, and developing a survey methodology.

Keywords: marketing strategy, B2B marketing, exhibition activities, marketing budget, marketing measures, target audience.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ РОЗРОБКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВИСТАВКИ	10
1.1 Сутність та значення виставковою діяльності для підприємства.....	10
1.2. Етапи проведення виставки.....	13
1.3. Різновиди засобів маркетингових комунікацій на виставці... ..	16
1.4. Оцінка ефективності маркетингових заходів під час виставок... ..	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ГЕЛІОС СТРАТЕГІЯ»	26
2.1 Характеристика діяльності ТОВ «Геліос Стратегія»	26
2.2. Характеристика основних видів продукції, торгових марок, під якими реалізується продукція підприємства	32
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство... ..	37
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції	41
2.5. SWOT-аналіз	48
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ УЧАСТІ ТОВ «ГЕЛІОС СТРАТЕГІЯ» У ВИСТАВЦІ «GREEN:EXPO» 2025	53
3.1. Аналіз та характеристика виставки альтернативної енергетики «GREEN:EXPO 2025»... ..	53
3.2. Встановлення мети, цілей та задач для підготовки до виставки	56
3.3. Проведення маркетингових заходів в умовах підготовки до виставкової діяльності	58
3.4. Проведення виставки та участь компанії в заході.....	68
3.5. Результати участі «Геліос Стратегія» у виставці «GREEN:EXPO 2025».....	70
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
ДОДАТОК А.....	81
ДОДАТОК Б	82

