

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Формування рекламної кампанії підприємства»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГкр-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Брутова- Ксенія Вікторівна

Керівник: В.В. Татарінов, к.е.н., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Брутова К.В. «Формування рекламної кампанії підприємстві»

В роботі запропоновано шляхи удосконалення рекламної кампанії підприємства. Досліджено теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. Було надано загальну організаційну характеристику мережі спортивних магазинів «Спортмастер» та оцінено його фінансовий стан. Проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю мережі спортивних магазинів «Спортмастер» та розроблено пропозиції щодо удосконалення цього процесу. Запропоновано удосконалення рекламної кампанії мережі спортивних магазинів «Спортмастер» за рахунок організаційних заходів та мотивації персоналу. Обґрунтовано заходи, які дозволяють підвищити об'єми продажів мережі спортивних магазинів «Спортмастер».

Ключові слова: маркетинг, рекламна кампанія, маркетинг-мікс.

SUMMARY

Brutova K. «Formation of advertising campaign for the enterprise»

The paper proposes ways to improve the company's advertising campaign. Theoretical aspects of management of marketing activity of the enterprise are investigated. The overall organizational characteristics of the Sportmaster sports shops network were presented and its financial condition assessed. An analysis of the marketing activities management of the Sportmaster sports shops network has been carried out and proposals have been made to improve this process. Improvement of the advertising campaign of Sportmaster sports shops network is proposed due to organizational measures and staff motivation. Measures to increase the sales of the Sportmaster sports shops network are justified.

Keywords: marketing, advertising campaign, marketing mix.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ РОЗДРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1Комплекс маркетингових комунікацій: зміст, елементи, характеристика.....	9
1.2 Особливості планування комплексу просування у роздрібній мережі.	19
1.3Методи визначення бюджету рекламної компанії.....	21
1.4Оцінка ефективності рекламної діяльності.....	28
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА СПОРТИВНИХ МАГАЗИНІВ.....	33
2.1 Аналіз загальних тенденцій на ринку спортивного одягу в Україні.....	33
2.2 Техніко-економічна характеристика мережі «Спортмастер».....	39
2.3 Аналіз фінансової діяльності магазину «Спортмастер» в м.Харків.....	42
2.4 Дослідження конкурентної ситуації на ринку спортивного одягу.	49
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ПЛАНУ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ МЕРЕЖІ «СПОРТМАСТЕР».....	58
3.1 Визначення цільового сегменту для впровадження рекламної кампанії.....	58
3.2 Комплекс рекламних заходів для мережі «Спортмастер».....	64
3.3 Інтернет реклама. Оцінка ефективності банерів і сайту «Спортмастер»	74
3.4 Програма стимулювання споживачів і персоналу та визначення ефективності рекламної кампанії.....	77
ВИСНОВКИ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91