

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З
ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ФІРМИ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-19зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Івановська С.В.

Керівник: Білоткач Ігор Анатолійович,

кандидат економічних наук, доцент

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Івановська С.В. «Розробка маркетингових заходів з формування позитивного іміджу фірми»

Ця кваліфікаційна робота присвячена розробці маркетингових заходів з метою формування позитивного іміджу американської технологічної компанії APPLE INC. Дослідження зосереджується на важливості іміджу як стратегічного ресурсу для підприємств та визначає основні аспекти, які впливають на формування іміджу. У роботі проведено аналіз різноманітних теорій та підходів до іміджу фірми, включаючи брендінг, корпоративну соціальну відповідальність, сприйняття споживачів та вплив соціальних мереж. Також розглянуті чинники, які можуть негативно впливати на імідж фірми, такі як кризові ситуації, погане обслуговування клієнтів та недостовірна реклама.

Ключові слова: маркетингові заходи, формування, позитивний імідж, фірма, брендінг, корпоративна соціальна відповідальність, споживачі, соціальні мережі, комунікація, реклама.

SUMMARY

Ivanovska S.V. "Development of marketing measures to create a positive image of the company"

This qualifying work is devoted to the development of marketing measures aimed at forming a positive image of the American technology company APPLE INC. The study focuses on the importance of image as a strategic resource for enterprises and identifies the main aspects that influence image formation. The paper analyzes various theories and approaches to corporate image, including branding, corporate social responsibility, consumer perception, and the influence of social networks. Factors that can negatively affect the company's image, such as crisis situations, poor customer service, and unreliable advertising, are also considered.

Keywords: marketing activities, formation, positive image, firm, branding, corporate social responsibility, consumers, social networks, communication, advertising.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	9
1.1 Сутність, функції та завдання іміджу.....	9
1.2 Технологія та етапи формування іміджу компанії.....	12
1.3 Значення іміджу для діяльності організації. Корпоративний імідж.....	16
1.4 Проблеми і можливі напрями розвитку іміджу в організації.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АМЕРИКАНСЬКОЇ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОМПАНІЇ APPLE INC.....	24
2.1 Характеристика підприємства та аналіз використання маркетингових заходів для створення іміджу.....	24
2.2 Аналіз маркетингового середовища.....	28
2.3 Аналіз ринку та характеристика цільових сегментів. Позиціонування компанії.....	34
2.4 SWOT- аналіз.....	38
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ.....	41
3.1 Дослідження фактичних факторів впливу на формування іміджу.....	41
3.2 Розробка PR-заходів для покращення іміджу.....	43
3.3 Обґрунтування шляхів удосконалення іміджу технологічної компанії Apple Inc.....	43
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52
ДОДАТКИ.....	56