

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ»

Виконала: здобувач 4 курсу,

групи МГ-16

Спеціальності 075 Маркетинг

Поник Юлія Андріївна

Керівник: Курочкіна І.Г., к.е.н.,

доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Поник Ю. А. Особливості маркетингової політики на різних стадіях життєвого циклу товару.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні концепції життєвого циклу товару як засобу визначення видів комунікаційної діяльності в залежності від стадії життєвого циклу товарів у корпорації Xiaomi. Здійснено аналіз маркетингового середовища підприємства, розроблено рекомендації щодо просування продукції бренду Xiaomi на кожній із стадій ЖЦТ. З урахуванням положення корпорації Xiaomi на ринку України та життєвого циклу їхнього товару, обґрунтовано заходи з підвищення ефективності комунікаційної діяльності на стадіях ЖЦТ, розроблено ряд заходів щодо просування, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства на українському ринку.

Ключові слова: життєвий цикл товару, комунікаційна політика, електроніка, бренд, ефективність.

SUMMARY

Ponyk. Y. A. Features of marketing policy at different stages of the product life cycle.

The qualifying work considers the theoretical and methodological bases of the product life cycle as a means of determining the types of communication activities depending on the stage of the product life cycle in Xiaomi Corporation. The analysis of the marketing environment of the enterprise is carried out, recommendations on promotion of Xiaomi products at each of the stages are developed. Taking into account the position of Xiaomi in the Ukrainian market and the life cycle of their products, measures to improve the efficiency of communication activities at the stages of PLC are substantiated, a number of promotion measures are developed to increase the company's competitiveness in the Ukrainian market.

Keywords: product life cycle, community policy, electronics, brand, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	Ошибка! Закладка не определена.
<u>РОЗДІЛ 1</u> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОСОБЛИВОСТЕЙ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1. Життєвий цикл товару: сутність та основні види	Ошибка! Закладка не определена.
1.2. Маркетингова політика в залежності від етапу життєвого циклу товару	Ошибка! Закладка не определена.
1.3. Зв'язок теорії ЖЦТ з іншими методами в маркетингу	Ошибка! Закладка не определена.
<u>РОЗДІЛ 2</u> ОГЛЯД МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЇ ХІАОМІ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1. Характеристика діяльності підприємства	Ошибка! Закладка не определена.
2.2. Огляд маркетингового мікросередовища корпорації, сегментація цільової аудиторії, аналіз конкурентів.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.3. Маркетингова діяльність корпорації та позиціонування продукції	Ошибка! Закладка не определена.
2.3.1. Комплекс маркетингу 4Р	Ошибка! Закладка не определена.
2.3.2. Позиціонування Хіаомі в Україні	Ошибка! Закладка не определена.
2.3.3. Рекламна діяльність Хіаомі в Україні	Ошибка! Закладка не определена.
2.4. Аналіз зовнішнього середовища: SWOT-аналіз	Ошибка! Закладка не определена.
<u>РОЗДІЛ 3</u> НАПРЯМИ ПРОСУНЕННЯ ТОВАРУ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ	Ошибка! Закладка не определена.
3.1. Аналіз життєвого циклу смартфонів та визначення цілей рекламних заходів.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.2. Розробка рекламних заходів на кожній стадії життєвого циклу смартфона	Ошибка! Закладка не определена.
3.3. Бюджет запропонованих заходів	Ошибка! Закладка не определена.
3.4. Очікувана ефективність від запропонованих заходів	Ошибка! Закладка не определена.
ВИСНОВКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	Ошибка! Закладка не определена.
ДОДАТКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.

