

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«РОЗРОБКА ЗАХОДІВ З УДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ
МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Ткаченко Анастасія Іванівна
ПІБ

Керівник: Мостова А.Д., д. е. н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ *

Ткаченко А. Розробка заходів з удосконалення комплексу маркетингу рекламного агентства

У даній роботі досліджено теоретичні аспекти комплексу маркетингу рекламного агентства, зокрема стратегії формування асортименту товарів, ціноутворення, управління якістю продукції та послуг. На прикладі маркетингової діяльності рекламного агентства "Кукурудза" проведено аналіз ринку реклами, визначено позиціонування та сегментування послуг компанії, а також проведено SWOT-аналіз. У заключному розділі розроблено заходи для удосконалення маркетингового комплексу агентства, включаючи визначення пріоритетних напрямків удосконалення, розробку конкретних заходів та програм для їх впровадження, а також аналіз економічної ефективності від запровадження запропонованих заходів.

Ключові слова: комплекс маркетингу, рекламне агентство, стратегії, аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз, удосконалення.

SUMMARY

Tkachenko A. Development of approaches to improving the marketing complex of an advertising agency

This work examines the theoretical aspects of the marketing complex of an advertising agency, including the strategy of forming a product range, pricing, product and service management. Based on the marketing activities of the advertising agency "Kukurudza", an analysis of the advertising market was carried out, the positioning and segmentation of the company's services was identified, and a SWOT analysis was also carried out. The final section has divided approaches to enhance the agency's marketing complex, including the identification of priority areas for improvement, the development of specific approaches and programs for their implementation, as well as analysis of the cost-effectiveness of the promotion of requests new visits.

Key words: marketing complex, advertising agency, strategy, market analysis, positioning, SWOT analysis, improvement.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНСТВА	8
1.1. Значення та види комплексу маркетингу.	8
1.2. Основні принципи маркетингу рекламного агентства.	13
1.3. Інструменти та стратегії маркетингового комплексу в рекламних агентствах.	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА «КУКУРУДЗА»	22
2.1. Характеристика маркетингової діяльності рекламного агентства «Кукурудза».	22
2.2. Аналіз ринку реклами.	27
2.3. Позиціонування та сегментування послуг компанії.	33
2.4. SWOT-аналіз маркетингової діяльності рекламного агентства «Кукурудза».	43
2.5. Комплекс маркетингу рекламного агентства «Кукурудза».	46
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ РЕКЛАМНОГО АГЕНСТВА «КУКУРУДЗА»	52
3.1. Визначення пріоритетних напрямків удосконалення маркетингових стратегій та інструментів.	52
3.2. Розробка конкретних заходів та програм для впровадження удосконаленого маркетингового комплексу.	56
3.3 Економічна ефективність від запровадження запропонованих заходів.	60
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	69
ДОДАТКИ	75

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багорка М.О. Формування комплексу маркетингу на сільськогосподарському підприємстві [Електронний ресурс] / М.О. Багорка, А.В. Козинець. – URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/20.pdf
2. Гамова І.В. Специфічні особливості комплексу маркетингу підприємства, що працює у сфері роздрібної електронної торгівлі / І.В. Гамова // Економічний вісник Донбасу, 2017. – № 3 (33) – С. 192-201. 3
3. Звягівцева О. Теоретико-методологічні засади механізму формування комплексу маркетингу підприємств України [Електронний ресурс]. Вісник ТНЕУ. 2018. № 5-1–URL:: <file:///C:/Users/Irina/Downloads/305-603-1-SM.pdf>
4. Мельник М.В. Маркетингові процеси в економіці (теорія та практика): монографія / за редакцією Мельника М.В. – Рівне: НУВГП, 2017. – 197 с.
5. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегічний менеджмент, підручник. [Електронний ресурс]. – К.: «Знання-прес», 305. – Режим доступу: <http://refleader.ru/poljgebewbewbew.html>
6. Харенко А.О., Цимбалюк Ю.А. Комплекс маркетингу сільськогосподарських підприємств. [Електронний ресурс]. / А.О. Харенко, Ю.А. Цимбалюк// – URL:: <http://journal.udau.edu.ua/assets/files/89/Ekon/Ukr/14.pdf>
7. Borden, N.H. (1965), The Concept of the Marketing Mix, in Schwartz, G., Science in Marketing, John Wiley & Sons, New York, pp. 386- 97.. Режим доступу: <http://m-arket.narod.ru/Abstract/Borden MMix.html>
8. Culliton J. W. The Management of Marketing Costs, Division of Research, Graduate School of Business Administration / J. W. Culliton. – Harvard University, Boston, MA, 1948. – P. 400–420.
9. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг в діяльності українських підприємств: монографія. Київ: Знання-Прес, 2017. 448 с.
10. Гевко І.Б. Методи прийняття управлінських рішень: підручник / І.Б. Гевко. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. – 187 с.
11. Горбаченко С.А. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури:

навчальний посібник / С.А. Горбаченко, В.А. Карпов, Р.І. Шевченко-Перепьолкіна. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. – 320 с.

12. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія / І.О. Ковшова. – Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2018. – 516 с.

13. Дорошенко Г.О. Маркетинг: навчальний посібник / Г.О. Дорошенко. – Харків: Тім Пабліш Груп, 2016. – 411 с.

14. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст / Карпенко Н.В. – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 252 с.

15. Оксентюк Б. Сучасні методи оцінки та маркетингового забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Богдана Оксентюк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2021. – Вип. 2 (25). – С. 482-490. – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21obaprk.pdf>

16. Мошек Г.Є. Менеджмент організацій. Теорія та практика: навчальний посібник / Г.Є. Мошек, В.Л. Федоренко, О.В. Коваленко та ін. – К.: «Вид-во ЛІРА-К», 2019. – 808 с.

17. Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції: монографія / В.А. Фалович та ін. ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2021. – 351 с.

18. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: підруч. / П. П. Микитюк, В. Я. Брич, М. М. Шкільняк, Ю. І. Микитюк – Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2019. – 518 с

19. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер / Філіп Котлер. – К.: Альпіна Паблішер Україна, 2021. – 252 с.

20. Кузьмович А.І. Оптимізаційні методи і моделі. Моделювання засобами MS Excel: навчальний посібник /А.І. Кузьмович – К.: «Вид-во ЛІРА-К», 2017. – 216 с.

21. Харитонюк Р.А. Функції реклами та її значення для сучасного підприємства. Економічний форум. 2018. № 4. С. 27-29

22. 5.Савицька Н. Л. Синицина Г. А., Олініченко К. С Рекламний менеджмент: навч. Посібник. Харків, видавництво Іванченко, 2018. 169 с

23. Яцюк Д.В. Використання синергічного ефекту в рекламі // Тези доп. і виступів VII Всеукр. наук.-практ. конф. студ. і молодих вчених / Заг. ред. канд. екон. наук Д.С. Касянової. - Ч.1. - Донецьк: ТОВ „ДЕГІ”.- 2018. - С. 129-130.

24.

25. Харитонюк Р.А. Функції реклами та її значення для сучасного підприємства. Економічний форум. 2018. № 4. С. 27-29

26. Осокіна О.Т. Сутність та роль реклами на підприємстві. Наукові записки ТНУ. 2019. № 11. С. 17-21.

27. Савицька Н. Л. Синицина Г. А., Олініченко К. С Рекламний менеджмент: навч. Посібник. Харків, видавництво Іванченко, 2018. 169 с.

28. Офіційний сайт рекламного агентства «Кукурудза» [Електронний ресурс]

URL:http://www.marketinfr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/20.pdf<https://kukurudz.com/>

29. Глосарій сфери інтернет-реклами. INA Ukraine : вебсайт. URL: <https://inau.ua/proekty/hlosariy-sfery-internet-reklamy%D0%A2>

30. Методологія рейтингування діджитал-агенцій від IAB Ukraine. VRK : файл. URL: https://docs.google.com/document/d/13PIbLEGB2_i2FmbiJgg87bS1MdzUVQIGZcFwpVSP3w/edit?fbclid=IwAR37v5Q9duLp7QDWA6aIBBcqSpQSbIiWW5OaG-6dNS1jDeVDn7k1w3Z

31. Оцінки ринку SMM України за 2021. IAB Ukraine : вебсайт. 30.06.2022. URL: <https://iab.com.ua/otsinky-rynku-smm-ukrayiny-za-2021/>

32. Рейтинг діджитал агенцій та компаній за 2020-2021 роки. VRK : вебсайт. URL: <https://vrk.org.ua/ranking/>

32. Створення та оптимізація рекламних кампаній у Facebook Ads. Penguin Team : вебсайт. URL: <https://pengstud.com/ua/facebook-ads-ua>

33. Таргетована реклама в соціальних мережах. Outsourcing Team : блог.

22.02.2021. URL: <https://outsourcing.team/uk/blog/targeting/targetirovannaya-reklama-v-sotsialnyh-setyah/>

34. Таргетолог: середня зарплата в Україні. Work.ua : вебсайт. URL: <https://www.work.ua/salary%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B3%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3>

35. Якими соцмережами користуються українці під час війни: статистика. Speka : вебсайт. 05.08.2022. URL: <https://speka.media/yakimi-socmerezami-koristuyutsya-ukrayinci-pid-cas-viini-doslidzennya-p22nyp>

36. Current World Population. Worldometer : website. URL: <https://www.worldometers.info/world-population/>

37. Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2022. Statista : website. 22.08.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

38. Digital 2022: Ukraine. Datareportal : website. 15.02.2022. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ukraine>

39. Digital ad spend (2021–2026). Oberlo : website. URL: <https://www.oberlo.com/statistics/digital-ad-spend>

40. Digital advertising activities performed with agencies in Ukraine 2021. Statista : website. 16.05.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/1307476/digital-advertising-tasks-for-agencies-ukraine/>

41. Digital advertising spending in Ukraine from 2011 to 2022. Statista : website. 14.04.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/1017536/online-advertising-spending-in-ukraine/#statisticContainer>

42. Digital advertising spending worldwide from 2017 to 2026. Statista : website. 23.06.2022. URL: <https://www.statista.com/forecasts/456679/digital-advertising-revenue-format-digital-market-outlook-worldwide>

43. Digital Marketing Agencies. Clutch : website. URL: <https://clutch.co/agencies/digital-marketing>

44. Gender distribution of social media users in Ukraine as of February 2022. Statista : website. 08.11.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/1279463/>

ukraine-gender-distribution-of-social-media-users/

45. Leading benefits of using social media for marketing purposes worldwide as of January 2022. Statista : website. 22.11.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/188447/influence-of-global-social-media-marketing-usage-on-businesses/>

46. Leading social media platforms used by marketers worldwide as of January 2022. Statista: website. 09.11.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/259379/social-media-platforms-used-by-marketers-worldwide/>

47. Most popular social networks worldwide as of January 2022. Statista : website. 26.07.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

48. Number of social media users worldwide from 2018 to 2027. Statista : website. 16.04.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

49. Social media advertising spending worldwide from 2021 to 2028. Statista : media. 12.04.2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/271406/advertising-revenue-of-social-networks-worldwide/>

50. Thomas J. Programming, filtering, adblocking: advertising and media automation. Media International Australia. 2017. Vol. 166. № 1. P. 34-43. URL: <https://doi.org/10.1177/1329878X17738787>

51. Макарова М.В. Електронна комерція [Текст]: Посібник. К. : Академія, 2020. 272с.

52. Миронов Ю.Б. Основи рекламної діяльності : навч. посіб. Дрогобич : Посвіт, 2017, 108 с.

53. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ / уклад. А. В. Таранич та ін. / Донец. нац. ун-т ім. Василя Стуса, каф. маркетингу. Вид. 3-тє, допов. Вінниця: Нілан, 2017. 278 с. 56.

54. Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. О. І. Бабічевої. Київ: Гельветика, 2018. 451 с. 57.

55. Олексенко Ю.О., Сидоренко О.В. Рекламна діяльність підприємства та

напрями її удосконалення. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. №2.
С. 148. http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2020/2_68_2020/28.pdf