

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«Розробка маркетингових заходів з просування
бізнесу (на прикладі дитячої арт студії)»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ 16-3С

Спеціальності 075Маркетинг

Масаликіна Діана Володимирівна

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Масаликіна Д.В. Розробка маркетингових заходів з просування бізнесу (на прикладі дитячої арт студії).

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні основи маркетингового просування. Здійснено маркетинговий аналіз та оцінка системи просування дитячої арт-студії «Вернісаж». Проведено аналіз зовнішнього маркетингово середовища і ринку, на якому діє підприємство. З урахуванням специфіки арт-студії «Вернісаж» та конкурентних умов розроблені заходи з просування студії, рекомендовано проводити маркетингові заходи розпланувані на рік. Таки заходи сплановано, щоб підвищити конкурентоспроможність студії та залучити нових клієнтів.

Ключові слова: маркетингове просування, сегментування ринку, позиціонування продукції, маркетинговий аналіз.

Masalykina D.V. Development of marketing promotion business (on the example of child's art studio).

In qualification work reviewed theoretical bases of marketing promotion. There was carried marketing analysis and estimation of the system of advancement of child's art studio "Vernissage". Performed the analysis of marketing and market of external environment on which enterprise is operates. Taking into account the specific Art Studio "Vernissage" and competition terms there were the worked out events on advancement of studio, it is recommended to conduct marketing events planned on a year. This one event are planned to promote the competitiveness of studio and attract new clients.

Keywords: marketing promotion, positioning of products segmentation, marketing analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ...9	
1.1. Мета і основні елементи комплексу просування.....9	
1.2. Складання бюджету просування та визначення ефективності комунікаційних витрат.....17	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ДИТЯЧОЇ АРТ-СТУДІЇ «ВЕРНІСАЖ».....24	
2.1. Загальна характеристика діяльності арт-студії «Вернісаж».....24	
2.2. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища і ринку, на якому діє підприємство.....29	
2.3. Сегментування ринку та позиціонування продукції.....34	
2.4. SWOT- аналіз дитячої арт-студії «Вернісаж».....35	
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ З ПРОСУВАННЯ ДИТЯЧОЇ АРТ-СТУДІЇ «ВЕРНІСАЖ».....43	
3.1. Дослідження споживачів дитячої арт-студії «Вернісаж».....43	
3.2. Розробка маркетингових заходів з просування.....48	
3.3. Складання плану просування і розрахунок бюджету.....56	
ВИСНОВКИ.....62	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....64	
ДОДАТКИ.....68	