

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-21

Спеціальності 075 Маркетинг

Караповська Дар'я Геннадіївна

Керівник: Стрельченко І.І., д.е.н., доц.

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Караповська Д. Г. Розробка та організація рекламної кампанії

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методичні основи організації рекламної діяльності підприємства та розробки комплексної рекламної кампанії. З метою створення ефективної рекламної кампанії проведено комплексний аналіз чинної рекламної діяльності мережі супермаркетів VARUS із використанням методів стратегічного аналізу, зокрема SWOT-аналізу, аналізу поведінки споживачів і оцінки ефективності комунікаційних каналів. Дослідження охоплює вивчення цільової аудиторії компанії, каналів просування, стилістики рекламних звернень та результативності окремих акцій. На основі отриманих результатів розроблено концепцію рекламної кампанії до Дня Святого Валентина, сформульовано її цілі, слоган, позиціонування, комунікаційні інструменти та візуальні елементи. Оцінено ефективність кампанії за ключовими показниками, а також сформульовано рекомендації щодо подальшого вдосконалення рекламної стратегії компанії VARUS з урахуванням сучасних цифрових тенденцій і потреб цільових груп.

Ключові слова: *рекламна кампанія, маркетингова стратегія, комунікаційні канали, мережа супермаркетів, ефективність реклами, споживча поведінка, цифровий маркетинг.*

SUMMARY

Karapovska Daria. Development and organization of an advertising campaign

The thesis examines the theoretical and methodological foundations of organising advertising activities for a company and developing a comprehensive advertising campaign. In order to create an effective advertising campaign, a comprehensive analysis of the current advertising activities of the VARUS supermarket chain was carried out using strategic analysis methods, in particular SWOT analysis, consumer behaviour analysis and evaluation of the effectiveness of communication channels. The research covers the study of the company's target audience, promotion channels, advertising style and the effectiveness of individual campaigns. Based on the results obtained, a concept for a Valentine's Day advertising campaign was developed, its goals, slogan, positioning, communication tools and visual elements were formulated. The effectiveness of the campaign was assessed using key indicators, and recommendations were formulated for further improvement of VARUS's advertising strategy, taking into account current digital trends and the needs of target groups.

Keywords: *advertising campaign, marketing strategy, communication channels, supermarket chain, advertising effectiveness, consumer behaviour, digital marketing.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ	10
1.1. Сутність і роль рекламної кампанії у маркетинговій діяльності	10
1.2. Теоретичні підходи до розробки рекламної кампанії	15
1.3. Сучасні тенденції у сфері реклами	19
1.4. Нормативно-правове регулювання рекламної діяльності	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕРЕЖІ СУПЕРМАРКЕТІВ VARUS	27
2.1. Загальна характеристика VARUS	27
2.2. Аналіз існуючої рекламної діяльності	31
2.3. SWOT-аналіз рекламної стратегії	34
2.4. Дослідження споживчої поведінки клієнтів	38
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ МЕРЕЖІ СУПЕРМАРКЕТІВ VARUS	42
3.1. Концепція рекламної кампанії	42
3.2. Планування та реалізація рекламної кампанії	45
3.3. Оцінка ефективності рекламної кампанії	56
3.4. Рекомендації щодо удосконалення рекламної стратегії VARUS	61
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хавкіна Л. М. Основи рекламної діяльності. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/b649f81b-9d09-4863-855b-43db07f17ccd/content>
2. Береза О. "Теоретичні основи формування рекламної діяльності". URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/30026/5/%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B0.pdf?utm_source
3. Прозоровська В. Т., Романченко Н.В. Реклама як основний інструмент маркетингової діяльності компанії L'Oreal. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/30db60e8-97cb-4da4-9daa-112b47bdeb06/content>
4. Закон України «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Семенюк Д. М. Управління рекламною діяльністю на підприємстві (на матеріалах ТОВ «Шпон Шепетівка»). URL: <https://irlykhuml.univer.km.ua/server/api/core/bitstreams/782e9b69-05f7-4c96-89d2-df99ace8b03f/content>
6. Стрілець В. Ю., Ракосій В. О. Роль рекламної діяльності у забезпеченні конкурентних переваг на світовому ринку (на прикладі «The Coca-Cola Company»). URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/11121>
7. Товстонос Л. С., Тюха І. В. Планування рекламної компанії підприємства при просуванні товару на зовнішній ринок. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fe80a09b-d555-49f4-a560-c2df7fc5b350/content>
8. Pomaza-Ponomarenko A., Moroz S., Akhmedova O. The role of advertising and digitalization in the mediatization of anti-corruption policy. URL: <https://doi.org/10.25313/2617-572x-2024-3-9698>

9. Корнелюк Ю.В. "Управління рекламною діяльністю підприємства". URL: https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34477/1/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B5%D0%BB%D1%8E%D0%BA%20%D0%AE.%D0%92.pdf?utm_source
10. Паламарчук О., Зайцева О. Рекламна кампанія підприємства: розробка та впровадження. URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b7e95154-99e7-4afd-9f9e-b631943ee142/content>
11. Рекламна кампанія. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. URL: <https://kerivnyk.info/osnovy-reklamnoi-diyalnosti1-4>
12. Божкова В.В., Тимохіна Я.О. Теоретичні підходи до класифікації інструментів маркетингових комунікацій. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/36899/1/Timokhina_klasifikatsiya.pdf
13. Теоретичні аспекти управління рекламною діяльністю туристичного підприємства. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bilecka5.htm
14. Порівняльна реклама і недобросовісна конкуренція – ЗКГ. URL: <https://zkg.ua/porivnyalna-reklama-nedobrosovisna-konkurenciya/>
15. Юзов А. М., Могилова М. М. Механізм розробки рекламної кампанії професійним рекламним агентством. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/aa0b7cf0-c0e3-4d33-a119-c48692235847/content>
16. Стрельченко І.І., Гамзаг О.В. Маркетингові дослідження: практикум [Електронне видання] / І.І. Стрельченко, О.В. Гамзаг. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2025. – 68 с.
17. Модель AIDA у маркетингу: що це таке та як її застосовувати для збільшення продажів. URL: <https://www.promodo.ua/blog/model-aida-yak-peretvoriti-uvagu-u-diyu>
18. DAGMAR: Definition, Steps, Phases, Objectives | Marketing91. URL: <https://www.marketing91.com/dagmar/>

19. Васильченко Л. С. Інтегровані маркетингові комунікації підприємства: генезис та етапи становлення. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1203/5/10.pdf>.
20. Стрельченко І. І., Малая К. І. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ СПОЖИВАЦЬКИХ РІШЕНЬ //XXIV International scientific and practical conference «Modern Scientific Challenges are the Driving Force of the Development of Scientific Research»(May 22-24, 2024) Bruges, Belgium. International Scientific Unity, 2024. 237 p. ISBN 978-617-8427-16-0. – 2024. – С. 122.
21. Головащенко А. В. Еволюціонування концепцій бренд-менеджменту. URL: <https://elar.khmn.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0e16e3b5-0e33-43bb-b58c-b2b2081230ca/content#:~:text>
22. Когнітивні моделі дослідження ефективності реклами. URL: <https://naub.ua.edu.ua/kohnityvni-modeli-doslidzhennya-efektyvnosti-reklamy/#:~:text>
23. Танасійчук А., Громова О., Шевчук А. Дослідження розвитку рекламної та pr-кампанії бренду підприємства у цифровому середовищі. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-74>
24. Рекламна Кампанія: Поради та Стратегії для Успішного Просування Бізнесу. URL: <https://leadpanda.media/blog/reklamna-kompaniya-osnovni-principi/>
25. Гирін О. В., Бірюченко С. Ю. Управління рекламною діяльністю підприємства. URL: <https://ztu.edu.ua/site/graduation-works-get-file?id=11521715>
26. Digital 2025: global advertising trends — DataReportal – Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-global-advertising-trends#:~%F0%9F%93%9D>
27. Олифіренко Ю. І., Олифіренко І. С., Біланенко О. М. Напрями трансформації маркетингових стратегій підприємств в умовах цифровізації. URL: https://www.researchgate.net/publication/385260840_Naprami_transformacii_marketin_govih_strategij_pidpriemstv_v_umovah_cifrovizacii.
28. Стрельченко І.І. Ринок штучного інтелекту в Україні та світі: аналіз поточної ситуації та перспективи розвитку. // І.І. Стрельченко, О.В. Гамзаг, А.А. Стрельченко. Науковий вісник Одеського національного економічного

університету, 2024. № 7-8 (320-321), С.7-16. URL: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-7-8-320-321-7-16>.

29. Що таке мікротаргетинг і чому він стає ключовим у digital-рекламі?. URL: <https://newage.agency/uk/blog-uk/shcho-take-mikrotarhetynh-i-chomu-vin-staie-kliuchovym-u-digital-reklami/>

30. П'ять причин, чому гіперперсоналізація має бути частиною вашої маркетингової стратегії. URL: <https://gofrommagazine.com/pyat-prichin-chomu-giperpersonalizacziya-maye-buti-chastinoyu-vashoyi-marketingovoyi-strategiyi.html>

31. 2025 State of Marketing Report. URL: <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>

32. Маркетинг впливу. Чому бренди посилюють роботу з нано- та мікроінфлюєнсерами?. URL: <https://cases.media/article/marketing-vplivu-chomu-breandi-posilyuyut-robotu-z-nano-ta-mikroinfluyenserami>

33. 9 трендів диджитал маркетингу на 2025 рік. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/9-trendiv-didzhital-marketingu-na-2025-rik-h1kqE#heading-2-87>

34. Віртуальна та доповнена реальність: приклади успішного застосування у маркетингу. URL: <https://myka.agency/tpost/79ednth8j1-virtualna-ta-dopovnena-realnst-prikladi-u#:~:text>

35. GDPR: захист персональних даних по-європейськи і чому це важливо?. URL: <https://www.mikhailenko.com.ua/09-05-2023/gdpr-zahyst-personalnyh-danyh-po-yevropejsky-i-chomu-cze-vazhlyvo-2/>

36. Регулювання рекламної діяльності. URL: <https://www.rivneprod.gov.ua/2020/10/07/regulyuvannya-reklamnoyi-diyalnosti/#:~:text>

37. Закон про рекламу. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

38. Правове регулювання реклами та медіа. URL: <https://consultant.net.ua/consultant-article/4756#:~:text>

<https://thepage.ua/ua/news/gerojcar-ta-varus-zapuskayut-masshtabnu-blagodijnu-kampaniyu#:~:text>

49. Донаційна платформа «Герой Кар». URL: <https://donation.carforhero.com/>

50. Facebook-сторінка VARUS. URL: <https://www.facebook.com/share/1ABpyWPc9K/>

51. Instagram-акаунт VARUS. URL: https://www.instagram.com/varus.ua/?__pwa=1

49. Telegram-канал VARUS. URL: https://t.me/VARUS_channel

53. Varus здобув престижну нагороду Big trade-marketing award 2025 за кейс «Тапай сюди». URL: <https://rau.ua/press-release-uk/varus-zdobuv-big-trade-marketing-award/#:~:text>

54. SWOT-аналіз: елементи, матриця, як робити з прикладами. URL: <https://ua.weblium.com/blog/efektivnij-swot-analiz-zaporuka-uspihu-vashogo-biznesu-najkrashi-prikladi-dlya-riznih-nish-biznesu>