

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«АНАЛІЗ РИНКУ РЕКЛАМИ І ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ
МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-20-2

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Хімінчук Роман Олегович

ПІБ

Керівник: Мішустіна Т.С., канд. е. н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ *

Хімінчук Р.О. Аналіз ринку реклами і вдосконалення комплексу маркетингу рекламного агентства

У даній роботі досліджено теоретичні основи комплексу маркетингу на підприємстві, включаючи поняття, сутність, складові та стратегії цього комплексу. Наступним етапом є аналіз маркетингової діяльності рекламного агентства «Pershe Agency », включаючи характеристику діяльності, аналіз ринку, позиціонування та сегментування послуг і SWOT-аналіз. У третьому розділі розроблено проект вдосконалення комплексу маркетингу рекламного агентства «Pershe» і впровадження запропонованих заходів, а також проведено аналіз їх економічної ефективності.

Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, рекламне агентство, аналіз, вдосконалення, ефективність, стратегія, SWOT-аналіз.

SUMMARY

Khiminchuk R.O. Analysis of the advertising market and improvement of the advertising agency's marketing complex

This paper examines the theoretical foundations of the marketing complex at the enterprise, including the concept, essence, components and strategies of this complex. The next stage is the analysis of the marketing activity of the advertising agency "Pershe", including the description of the activity, market analysis, positioning and segmentation of services and SWOT analysis. In the third section, a project to improve the marketing complex of the advertising agency " Pershe Agency " and the implementation of the proposed measures was developed, as well as an analysis of their economic effectiveness was carried out.

Keywords: marketing, marketing complex, advertising agency, analysis, improvement, efficiency, strategy, SWOT analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	8
1.1. Поняття та сутність маркетингу на підприємстві.	8
1.2. Складові комплексу маркетингу.	14
1.3. Маркетингові стратегії та інструменти.	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕКЛАМНОГО АГЕНСТВА «PERSHE AGENCY»	23
2.1. Характеристика маркетингової діяльності рекламного агентства «Pershe Agency».	23
2.2. Аналіз ринку на якому працює рекламне агентство «Pershe Agency».	30
2.3. Позиціонування та сегментування послуг рекламного агенства.	38
2.4. SWOT-аналіз.	50
2.5. Комплекс маркетингу рекламного агентства «Pershe Agency».	58
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНСТВА «PERSHE AGENCY»	58
3.1. Проект вдосконалення комплексу маркетингу рекламного агентства «Pershe Agency».	58
3.2. Впровадження запропонованих заходів у рекламне агентство «Pershe Agency».	63
3.3. Економічна ефективність від запровадження запропонованих заходів.	68
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74
ДОДАТКИ	80

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буряк П. Маркетинг : Навчальний посібник/ Петро Буряк, Борис Карпінський, Яніна Карпова,; М-во освіти і науки України, Львівська держ. фінансова акад.. -К.: ВД "Професіонал, 2018. -318 с
2. Гаркавенко С. Маркетинг : Навч. посіб. для студ. Вузів / Світлана Степанівна Гаркавенко,; Ред. С.Г.Бронштейн; Міжнарод. Фонд "Відродження", Програма "Трансформація гуманітарної освіти в Україні". - К.: Лібра, 2019. -378 с.
3. Воронкова Т.Є. Бізнес-планування. Київ: Київський ін-т інвестиційного менеджменту, 2017, 176 с.
4. Прауде В. Маркетинг : Навч.посібник для студ. вузів / В.Р.Прауде, О.Б.Білий; Ред. В.В.Півень. -К.: Вища школа, 2019. -255 с.
5. Щербань В. Маркетинг: Навчальний посібник/ Володимир Щербань,; М-во освіти і науки України, Черкаська академія менеджменту. - К.: Центр навчальної літератури, 2018. -202 с.
6. Огаренко О.В. Методологічні засади оцінки фінансового стану страховика.// Економіка: проблеми теорії і практики. - 2019. -№111.
7. Стеблюк Н.Ф. Маркетинг. Практикум: навч. посіб. / Н. Ф. Стеблюк, Н. М. Волосова; Дніпродзерж. держ. техн. ун-т. - Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2016. - 327 с.
8. Дайновський Ю. Маркетингові прийоми : Навч. посібник для студ. екон. спец./ Юрій Анатолійович. Дайновський,; Юрій Дайновський. -К.: А.С.К., 2017. -110с.

9. Маркетинг: принципи та функції : Навч. посібник для студ. вузів/ Ред. О.М. Азарян; М-во освіти і науки України, Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.І.Туган-Барановського. -3-є вид., перероб. і доп.. - Х.: НВФ "Студцентр", 2019. -319 с.
10. Герасимчук В.Маркетинг: Теорія і практика: Навч.посібник для студ. вузів / Василь Герасимчук,; Ред. П.М.Гвоздецький. -К.: Вища школа, 2019. -326 с
11. Сумець О. М. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. Ч. 1 : Сутність стратегічного маркетингу та його сучасна концепція / О. М. Сумець, Є. М. Ігнатова. - Х. : Міська друкарня, - 2019. - 191 с.
12. Турченко М.О. Маркетинг: підручник для вищої школи / М.О. Турченко, М.Д. Швець. - К. : Знання, 2017. - 318 с.
13. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій: Навч. посібник/За ред. К.Ф.Ковальчука. – К.: ЦУЛ, 2017. –328 с.
14. Березін О.В. Економіка підприємства: практикум: навч. посіб. / О.В. Березін, Н.В. Бутенко. – К. : Знання, 2017. – 254 с.
15. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: Навч. посібник. – К.: ЦУЛ, 2017. – 200 с.
16. . Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навч. посібник / О.В. Курбан. – К. : Кондор, 2017. – 246 с.
17. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит: навч. посібник / С. В. Корягіна, М.В. Корягін ; Львів. комерц. акад. – К. : Центр учбової літератури, 2017. – 320 с
18. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика. Навч. посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2017. – 320 с.
19. Запорожець Г.В. Виробничий менеджмент: навч. посіб. / Г. В. Запорожець, М. М. Кучер. – Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2017. – 209 с.
20. Савіцька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посібник. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2019. – 668 с.
21. . Пуригіна О.Г. Маркетинг: навчальний посібник / О.Г. Пуригіна, С.Е. Сардак, В. В. Джинджоян ; Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. – Дн-ськ: Інновація, 2018. – 242 с.

22. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. – К.: Атіка, Ельга- Н, 2017. – 328 с.

23. Прокопенко І.Ф. Методика і методологія економічного аналізу: навчальний посібник / І.Ф. Прокопенко, В.І. Ганін. – К. : Центр навчальної літератури, 2018. – 430 с.

24. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник. – К.: Знання, 2017. – 630 с.

25. Печенін Т.С. Економіка підприємства. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 350 с.

26. . Петруня Ю. Є. Маркетинг: навч. посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня ; Ун-т мит. справи та фінансів. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Дн-ськ : Ун-т мит. справи та фінансів, 2017. – 362 с.

27. . Саннікова С. Ф. Аналіз збутової діяльності підприємства на основі оцінки ефективності витрат на збут [Електронний ресурс] / С. Ф. Саннікова, М.В. Іванова // Економічний простір. – 2018. – № 117. – С. 192-203. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_117_19

28. Офіційний сайт компанії Pershe Agency URL: <https://persheagency.com/>

29. Лебеденко Л.С. Маркетингові комунікаціїв Інтернет. Економічнийвісник НТУУ «КПІ».

30. Instagram компанії Pershe Agency URL: <https://www.instagram.com/pershe.agency/>

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

32. Лященко А.В. Реклама як соціокультурне явище в системі масової комунікації: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.06 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики. Київ, 2019. 16 с.

33. How Total Media Ad Spend Will Shake Out Around the World. URL: https://www.emarketer.com/content/howtotal-media-ad-spend-shaking-around-world?fbclid=IwAR1NOqbD8LOzFTiuJLaHbgCpb_HBZunt9MsHZTKLPv3Fx3cfUPBD1_rto

34. Global Advertising Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2021–2026. URL: <https://www.imarigroup.com/global-advertising-market>
35. Visualizing the Evolution of Global Advertising Spend (1980–2020). URL: <https://www.visualcapitalist.com/evolution-global-advertising-spend-1980-2020>
36. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market/>
37. . Данькова Н. Як переживає пандемію ринок преси. URL: <https://detector.media/rinok/article/177068/>
2020-05-12-yak-perezhyvaie-pandemiyu-rynok-presy/
38. Неперіодичні видання. URL: http://www.ukrbook.net/statistika_.html#period
39. Данькова Н. Рекламний ринок у часи пандемії: що відбувається на радіо, в диджиталі та зовнішній рекламі? URL: <https://detector.media/rinok/article/176351/2020-04-14-reklamnyy-rynok-u-chasy-pandemii-shchovidbuvaetsya-na-radio-v-dydzhytali-ta-zovnishniy-reklami/>
40. Рекламний ринок у часи пандемії: що відбувається на ТБ. URL: <https://galtv.if.ua/news/reklamnyj-rynok-uchasy-pandemiyi-sho-vidbuvaetsya-na-tb>
- 41.
42. Зозульов О.В., Писаренко Н.Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. Київ: Знання-Прес, 2017, 199 с.
43. . Формування системи інноваційного маркетингу підприємств: монографія / С. В. Маловичко; Донец. нац. ун-т економіки та торгівлі ім. Михайла ТуганБарановського. – Кр. Ріг : ФОП Чернявський Д. О., 2017. - 215 с.
44. . Федосова А. О. Удосконалення організації процесу збуту на підприємстві [Електронний ресурс] / А. О. Федосова // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Економічні науки. - 2016. – № 2. – С. 178-182. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmduce_2016_2_34
45. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг. Київ: КНЕУ, 2018, 560 с.

46. . Циганкова Т.М. Управління міжнародним маркетингом: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2018. – 132 с

47. Моделювання маркетингових стратегій інформаційного бізнесу: Дис... канд. екон. наук: 08.03.02 / Р.Я. Баран; Технол. ун-т Поділля. — Хмельницький, 2018. — 172 с. — укр.

48. Формування рекламного звернення у маркетинговій діяльності підприємств: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Т.Г. Діброва / Нац. авіац. ун-т. — К., 2019. — 16 с.: рис. — укр.

49. Організація управління малими та середніми підприємствами з використанням інформаційних технологій: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02 / Г.В. Чумаченко; Східноукр. держ. ун-т. — Луганськ, 2018. — 20 с. — укр.

50. Показники розвитку Інтернет-технологій та ресурсів // Матеріали серверу «Інтернет в Інформатизації та формуванні Інформаційного суспільства» - <http://www.iii.kiev.ua/ukr/pokaz.shtml>

51. Романов Р. СВиП та Інтернет.//Щоквартальний додаток до інформаційноаналітичного бюлетеня "Права Людини" Харківської правозахисної групи - <http://www.khpg.org/svip/0102/1.html>, 2021р.

52. Проект Концепції розвитку Інтернет в Україні./ Вебономіка UA, <http://obzor.com.ua/internet/zakon/project01.shtml>, 2019р.

53. Моделювання маркетингових стратегій інформаційного бізнесу: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.03.02 / Р.Я. Баран; Технол. ун-т Поділля. — Хмельницький, 2018. — 18 с. — укр.

54. Амутко А.М. Сучасна концепція управління збутовою діяльністю. Вісник Хмельницького національного університету. Випуск 26. – Хмельницький: УДАЗТ, 2017. – С. 189-194.

55. Формування системи інноваційного маркетингу підприємств: монографія / С. В. Маловичко; Донец. нац. ун-т економіки та торгівлі ім. Михайла ТуганБарановського. – Кр. Ріг : ФОП Чернявський Д. О., 2017. - 215 с.

56. Юсупова О.В. Ефект від стимулювання продажів: основні поняття та терміни / О.В. Юсупова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 2. – С.88- 96.

57. Промисловий маркетинг: підручник для вищої школи : у 2-х т. Т. 2. Ч. 2 / Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського ; за заг. ред. О. О. Шубіна. - К. : Студцентр, 2018. - 303 с.

58. Пуригіна О.Г. Маркетинг: навчальний посібник / О.Г. Пуригіна, С.Е. Сардак, В.В. Джинджоян; Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. - Днськ : Інновація, 2017. - 242 с.

59. Радкевич А. В. Моделі оптимізації організаційних процесів будівельного виробництва підрядних підприємств України / А.В. Радкевич, І. А. Арутюнян, Д. В. Сайков // Управління розвитком складних систем. - 2018. - Вип. 33. - С. 124-130.

60. Промисловий маркетинг: підручник для вищої школи : у 2-х т. Т. 1 / Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського ; за заг. ред. О. О. Шубіна. - К. : Студцентр, 2018. - 528 с.

61. Формування системи інноваційного маркетингу підприємств: монографія / С.В. Маловичко та ін.; Донец. нац. ун-т економіки та торгівлі ім. Михайла ТуганБарановського. - Кр. Ріг : ФОП Чернявський Д. О., 2019. - 215 с.