

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

## **«БРЕНДИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ЗАВОЮВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧА»**

Виконав: здобувач 5 курсу,  
групи МГ-21м

Спеціальності 075 Маркетинг

Іванець Юрій Васильович

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

**Дніпро  
2023**

## АНОТАЦІЯ

### ***Іванець Ю.В. «Брендинг як ефективна технологія завоювання лояльності споживача»***

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи брендингу, як технології завоювання лояльності споживачів, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення брендингу та завоювання лояльності споживачів підприємства «АЛЛО». З урахуванням специфіки продукції та діяльності підприємства «АЛЛО» та конкурентних умов була розроблена рекламна компанія для ТОВ «АЛЛО».

**Ключові слова:** брендинг, лояльність споживачів, маркетинговий аналіз, інтернет, маркетинг, SWOT-аналіз, сегментування ринку

### ***Ivanets Y.V. "Branding as an effective technology for gaining consumer loyalty"***

The qualification paper considered the theoretical and methodological foundations of branding as a technology for gaining consumer loyalty, carried out a marketing analysis and marketing audit of activities, developed recommendations for improving branding and gaining consumer loyalty of the "ALLO" enterprise. Taking into account the specifics of ALLO's products and activities and competitive conditions, an advertising company was developed for ALLO LLC.

**Keywords:** branding, consumer loyalty, marketing analysis, Internet, marketing, SWOT analysis, market segmentation

## **ЗМІСТ**

### **ВСТУП**

### **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БРЕНДИНГУ ТА ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ**

1.1 Поняття брендингу та види брендингу

1.2 Сучасні тенденції використання брендингу у діяльності підприємств

1.3 Лояльність споживачів

### **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «АЛЛО»**

2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства

2.2. Аналіз ринку дистрибуції електроніки

2.3. Аналіз мікросередовища підприємства

2.4. SWOT-аналіз та аналіз рекламної діяльності підприємства

### **РОЗДІЛ 3. БРЕНДИНГ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧА ТОВ «АЛЛО»**

3.1 Маркетингова діяльність ТОВ «АЛЛО» у сфері розвитку бренду

3.2 Перспективні напрямки розвитку брендингу ТОВ «АЛЛО»

3.3 Прогнозування бюджету та оцінка ефективності застосування технологій брендингу.

### **ВИСНОВКИ**

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**