

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

## **«РОЗРОБКА СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу, Групи Мг-21зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Козак Валерія Миколаївна

Керівник: Білоткач І.А., к.е. н., доцент

**Дніпро**

**2025**

## АНОТАЦІЯ\*

### **Козак В.М. Розробка системи просування продукції підприємства**

У даній роботі досліджено теоретичні аспекти розробки системи просування продукції підприємства, включаючи основні принципи просування, аналіз ринкових стратегій, методів та психологічних аспектів споживчої поведінки. Наступним етапом є аналіз господарської діяльності косметичного бренду «Maybelline NY», включаючи характеристику діяльності, системи просування продукції, аналіз ринку, позиціонування та SWOT-аналіз. У третьому розділі розроблено проект системи просування продукції косметичного бренду «Maybelline NY», включаючи дослідження цільової аудиторії, розробку інтегрованих маркетингових комунікацій та оцінку економічної ефективності від їх запровадження.

**Ключові слова:** просування продукції, маркетингові стратегії, ринковий аналіз, позиціонування, інтегровані комунікації, ефективність.

## SUMMARY

### **Kozak V.M. Development of the drying system for enterprise products**

This work examines the theoretical aspects of developing a system for drying industrial products, including the basic principles of drying, analysis of market strategies, methods and psychological aspects of survivable behavior. The next stage is an analysis of the government's activity of the cosmetic brand "Maybelline NY", including characteristics of activity, product distribution systems, market analysis, positioning and SWOT analysis. The third section developed a project for distributing products to the cosmetic brand "Maybelline NY", including tracking the target audience, developing integrated marketing communications and assessing the cost-effectiveness of their promotion .

**Key words:** product distribution, marketing strategies, market analysis, positioning, integrated communications, effectiveness.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Сутність, значення і стратегії просування продукції	8
1.2. Порівняльна характеристика основних засобів просування продукції	15
1.3. Методичні засади дослідження ефективності комплексу просування продукції	29
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ СПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ КОСМЕТОЛОГІЧНОГО БРЕНДУ «MAYBELLINE NY»	33
2.1. Характеристика діяльності косметичного бренду «Maybelline NY».	32
2.2. Аналіз та оцінка існуючої системи просування продукції в контексті маркетингової діяльності підприємства	37
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство	42
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції	46
2.5. SWOT- аналіз	51
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ КОСМЕТИЧНОГО БРЕНДУ «MAYBELLINE NY»	54
3.1. Розробка проекту просування продукції.	54
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів.	61
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів.	65
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72
ДОДАТКИ	77

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аванесова Н. Е., Марченко О. В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади: монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2015. 196 с.
2. Аніловська Г. Я., Марушко Н. С., Стоколоса Т. М. Інформаційні системи і технології у фінансах: навч. посіб. Львів: Магнолія 2006, 2015. 312 с.
3. Балабанова Л. В. (2018). Маркетингова політика комунікацій: навчальний посібник. ЗНУ, 2015. 82 с.
4. Багорка, М. О., 2010. Маркетингове забезпечення функціонування фермерських господарств. Агросвіт, 21, с. 18-23.
5. Білик І. І. Маркетинг: підручник / І. І. Білик. – Львів: Новий світ, 2020. – 356 с.
6. Біленчук П., Обіход Т. Небезпеки ядерної злочинності: аналіз вітчизняного і міжнародного законодавства. Юридичний вісник України. 2017. 20-26 жовт. (№ 42). С. 14–15.
7. Bletskan D. I., Glukhov K. E., Frolova V. V. Electronic structure of 2H-SnSe<sub>2</sub>: ab initio modeling and comparison with experiment. Semiconductor Physics Quantum Electronics & Optoelectronics. 2016. Vol. 19, No 1. P. 98–108.
8. Белова І. В. Управління маркетингом: навч. посіб. Київ: Вид-во КНЕУ, 2017. 320 с.
9. Василенко В. Г. Стратегічний менеджмент підприємства: теорія і практика: монографія. Київ: ВДА «Професіонал», 2016. 376 с.
10. Герасимчук В. Г. Маркетинг підприємства: навч. посіб. / В. Г. Герасимчук. – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 288 с.
11. Гребенюк С. М. Маркетингові стратегії підприємств: навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2017. 256 с.
12. Гербут О. А. Основи маркетингу. навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2017. 256 с.

13. Gloss.ua. Тренди косметики в Україні: натуральність, корейська продукція та етика. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gloss.ua/lifestyle/135696-trendy-makijazha-osen-zima-2021-2022>
14. Долішній М. І. Ринок і споживач: навч. посіб. / М. І. Долішній. – К.: Знання, 2021. – 312 с
15. Діденко О. В. Брендинг і управління брендом: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2018. 288 с.
16. Жукова О. В., Карпова Т. В. Маркетинг: основи та перспективи: монографія. Одеса: Астропринт, 2018. 320 с.
17. Жолткевич В. В. Сучасні методи маркетингових досліджень: навч. посіб. Харків: ХНЕУ, 2017. 256 с.
18. Іванов Д. О. Маркетингові комунікації в соціальних медіа: монографія. Київ: Ліра-К, 2018. 304 с.
19. Іваненко С.І. Тенденції розвитку косметичної індустрії в Україні // Маркетинг в Україні. – 2022. – №3. – С. 45–49.
20. Ковальчук С. В. Сучасні аспекти маркетингових досліджень. – Х.: ХНЕУ, 2020. – 148 с.
21. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – К.: Вільямс, 2022. – 816 с.
22. Кулініч О. О. Право на освіту в системі конституційних прав людини і громадянина та його гарантії. Часопис Київського університету права. 2007. № 4. С. 88–92.
23. Коломоєць Т., Колпаков В. Сучасна парадигма адміністративного права: генеза і поняття. Право України. 2017. № 5. С. 71–79.
24. Коваль Л. Плюси і мінуси дистанційної роботи. Урядовий кур'єр. 2017. 1 листоп. (№ 205). С. 5.
25. Кириленко В. О. Стратегічне управління маркетингом: монографія. Львів: ЛНУ, 2016. 296 с
26. Колодізев О. М. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Харків: ХНЕУ, 2017. 320 с.

27. Корольова М. В. Реклама: теорія і практика: монографія. Одеса: Астропринт, 2016. 256 с.
28. Кожумяк А.С. Система просування продукції як складова комплексу маркетингу / А.С. Кожумяк // Матеріали VIII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи» м. Дніпро – 2017. – С. 37-38.
29. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навч. посібник / О.В. Курбан. - К. : Кондор, 2014. - 246 с.
30. L'Oréal. Annual Financial Report 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.loreal-finance.com/eng/news-release/2021-annual-results>
31. L'Oréal. (2023). Sustainability Strategy. Official ESG data [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.loreal-finance.com/eng/2023-universal-registration-document/en/article/171/>
32. Литвиненко О. В. Стратегії міжнародного маркетингу: монографія. Харків: ХНЕУ, 2016. 280 с.
33. Лисенко Ю. В. Маркетинг і логістика: навч. посіб. Київ: Знання, 2018. 312 с.
34. Ламбен Ж.-Ж.. (2018). Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник.
35. Мельник О. В., Смоляр Л. Г. Основи реклами: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2016. 224 с.
36. Мацук О. Г. Маркетинг в умовах глобалізації: монографія. Київ: Вид-во КНЕУ, 2017. 288 с.
37. Мокій А. І. Інноваційні технології в маркетингу: навч. посіб. Львів: ЛНУ, 2015. 312 с.
38. Микитів Г. В., Кондратенко Ю. Позатекстові елементи як засіб формування медіакультури читачів науково-популярних журналів. Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 3-4 берез. 2016 р. Запоріжжя, 2016. С. 50–53.
39. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посібник / І. Буднікевич, О. Баранник, О. Кифяк та ін. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 535 с.

40. Операційне числення: навч. посіб. / С. М. Гребенюк та ін. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 88 с.
41. Ольшанська О. М. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Київ: ВД «Професіонал», 2017. 320 с.
42. Павленко А. Ф. Маркетингові дослідження: методи і технології: навч. посіб. Київ: Знання, 2017. 368 с.
43. Петренко О. М., Кравченко С. І., Іващенко І. Г. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ: Вид-во КНЕУ, 2018. 240 с.
44. Панкрухін А. П.. (2020). Маркетинг. Підручник.
45. Pro-Consulting. Аналіз ринку косметики в Україні – 2023[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rinku-kosmetiki-ta-parfumeriyi-v-ukrayini>
46. Portmone. Аналітика витрат українців у 2022 році[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/obsyagi-bezgotivkovih-rozrahunkiv-v-ukrayini-zrostayut-popri-viynu>
47. Скібіцький О. М. (2020). Методи стратегічного аналізу підприємства.
48. Старостіна А. О.. (2021). Маркетинг в Україні. Монографія
49. Савченко І. В. Реклама і PR: навч. посіб. Київ: Вид-во КНЕУ, 2018. 256 с.
50. Ткаченко І. О. Управління брендом: навч. посіб. Київ: Вид-во КНЕУ, 2016. 256 с.
51. Тищенко О. В. Маркетинг: основи, стратегії, технології: монографія. Харків: ХНЕУ, 2016. 352 с.
52. Фролова Л. В. Реклама і стимулювання збуту: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2017. 296 с.
53. Шарая А. А. Принципи державної служби за законодавством України. Юридичний науковий електронний журнал. 2017. № 5. С. 115–118. URL: [http://lsej.org.ua/5\\_2017/32.pdf](http://lsej.org.ua/5_2017/32.pdf).

54. Яцків Я. С., Маліцький Б. А., Бублик С. Г. Трансформація наукової системи України протягом 90-х років ХХ століття: період переходу до ринку. Наука та інновації. 2016. Т. 12, № 6. С. 6–14.

55. Козак В.М., Шевченко В.М. Контент-маркетинг як інструмент сучасної реклами. В зб.: Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XII Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 14 квітня 2021 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. 192с. 0,2 д.а.

56. Козак В.М. Тенденції цифрового маркетингу в умовах COVID-19 В зб.:Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XIII Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 19 травня 2022 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2022. 115с. 0,2 д.а.

57. Козак В.М. Соціальні медіа та їх роль у маркетингу В зб.: Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XIV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 18 квітня 2023 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. 121с. 0,2 д.а.

58. Козак В.М. Розробка системи просування продукції підприємства. В зб.: Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 18 квітня 2024 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2024.123 с. 0,2 д.а.