

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РЕКЛАМА В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА І ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2

Спеціальності 075 Маркетинг

Голубнича Катерина Євгенівна

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Голубнича К. Є. Реклама в системі комунікаційної діяльності підприємства і шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації рекламної кампанії на підприємстві, здійснено оцінку комунікаційної діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення реклами в системі комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «Бі Трейд» ТМ Лапотушка. З урахуванням специфіки продукції ТМ Лапотушка та конкурентних умов запропоновано впровадження digital-технологій в рекламну діяльність, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції ТМ Лапотушка на ринку.

Ключові слова: комунікаційна діяльність підприємства, рекламна кампанія, digital-технології.

SUMMARY

Golubnycha K. E. Advertising in the system of communication activities of the enterprise and ways to improve it

The bachelor's thesis considers the theoretical and methodological foundations of the organization of the advertising campaign at the enterprise were considered, the evaluation of the communication activity was carried out, and recommendations were developed for improving the communication activity of the enterprise "Bi Trade" LLC TM Lapotushka. Taking into account the specifics of TM Lapotushka products and competitive conditions, the introduction of digital technologies into advertising activities is proposed, which will contribute to increasing the competitiveness of TM Lapotushka products on the market.

Keywords: communication activity of the enterprise, advertising campaign, digital technologies.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Характеристика рекламної кампанії як засобу впливу на споживача

1.2. Методи розробки рекламної кампанії, оцінка та вибір рекламних засобів

1.3. Методи визначення ефективності рекламної кампанії

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІ ТРЕЙД» ТМ ЛАПОТУШКА

2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства

2.2. Аналіз та оцінка комунікаційної діяльності ТОВ «БІ ТРЕЙД» ТМ ЛАПОТУШКА

2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство

2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції

2.5. SWOT-аналіз

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІ ТРЕЙД» ТМ ЛАПОТУШКА

3.1. Заходи щодо вдосконалення комунікаційної діяльності підприємства

3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів

3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ