

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І МОЖЛИВІ НАПРЯМИ ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ»

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

Спеціальності: Маркетинг. Реклама та
бізнес комунікації

Куницька Катерина Андріївна

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Куницька К.А. Рекламна діяльність підприємства і можливі напрямки її покращення.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто сутність стратегічного планування рекламної діяльності, особливості управління рекламною діяльністю на підприємстві; підходи до оцінки ефективності управління рекламною діяльністю; надані характеристики господарської діяльності компанії «Versace»; проаналізований стан рекламної діяльності компанії «Versace»; розроблені заходи з вдосконалення рекламної діяльності компанії «Versace»; розглянута економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів.

Ключові слова: управління рекламною діяльністю на підприємства, підходи до оцінки ефективності управління рекламною діяльністю, економічна доцільність рекламних заходів.

SUMMARY

Kunytska K.A. Advertising activity of the enterprise and possible directions for its improvement.

The bachelor's qualification work examines the essence of strategic planning of advertising activities, features of managing advertising activities at the enterprise; approaches to evaluating the effectiveness of advertising management; provided characteristics of the business activity of the "Versace" company; the state of advertising activity of the company "Versace" was analyzed; developed measures to improve the advertising activity of the company "Versace"; the economic feasibility (expected effect) of the proposed measures is considered.

Keywords: management of advertising activities for enterprises, approaches to evaluating the effectiveness of advertising management, economic feasibility of advertising measures.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	8
1.1. Сутність стратегічного планування рекламної діяльності	8
1.2. Особливості управління рекламною діяльністю на підприємстві	14
1.3. Підходи до оцінки ефективності управління рекламної діяльності	21
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «VERSACE»	28
2.1. Характеристика господарської діяльності компанії	28
2.2. Аналіз стану рекламної діяльності компанії	35
2.3. Сегментування ринку та позиціонування товару	41
2.4. SWOT-аналіз компанії	46
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «VERSACE»	49
3.1. Розробка заходів з вдосконалення рекламної діяльності	49
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	58
3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів	61
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	74