

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«АНАЛІЗ РИНКУ РЕКЛАМИ І УДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ-22м
Спеціальності 075 Маркетинг
Колесник Катерина Олександрівна
Керівник: Тараненко І. В., д.е.н., проф.

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Колесник К.О. Аналіз ринку реклами і удосконалення комплексу маркетингу рекламного агентства.

В кваліфікаційній роботі розглянуті основні підходи до аналізу ринку реклами, сутність і зміст комплексу маркетингу рекламного агентства, проаналізовані особливості комплексу маркетингу рекламного агентства під час воєнного стану в Україні, надана характеристика господарської діяльності, внутрішнього середовища та комплексу маркетингу рекламного агентства ADINDEX, проаналізоване зовнішнє маркетингове середовище агентства ADINDEX. Було виконано SWOT-аналіз та визначені основні напрямки удосконалення комплексу маркетингу рекламного агентства ADINDEX, розроблені заходи з удосконалення комплексу маркетингу рекламного агентства ADINDEX, спрямовані на покращення роботи агентства ADINDEX, збільшення задоволеності клієнтів і досягнення більшої конкурентоспроможності на ринку маркетингових послуг. Визначені бюджет маркетингу і очікувані результати.

Ключові слова: ринок реклами, комплекс маркетингу, рекламне агентство, маркетингове середовище, мікросередовище, макросередовище, удосконалення комплексу маркетингу

SUMMARY

Kolesnyk K.O. Analysis of the advertising market and improvement of the marketing complex of an advertising agency

The qualification work considers the main approaches to the analysis of the advertising market, the essence and content of the marketing complex of an advertising agency, analyses the features of the marketing complex of an advertising agency during martial law in Ukraine, provides a description of the economic activity, internal environment and marketing complex of the ADINDEX advertising agency, analyses the external marketing environment of the ADINDEX agency. A SWOT analysis was performed and the main directions for improving the marketing complex of the ADINDEX advertising agency were identified, measures to improve the marketing complex of the ADINDEX advertising agency were developed, aimed at improving the work of the ADINDEX agency, increasing customer satisfaction and achieving greater competitiveness in the marketing services market. The marketing budget and expected results were determined.

Keywords: advertising market, marketing complex, advertising agency, marketing environment, microenvironment, macroenvironment, improvement of the marketing complex.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ РИНКУ РЕКЛАМИ І ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА...	10
1.1. Підходи до аналізу ринку реклами.....	10
1.2. Сутність і зміст комплексу маркетингу рекламного агентства.....	15
1.3. Особливості комплексу маркетингу рекламного агентства в умовах воєнного стану в Україні.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА І КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА.....	24
2.1. Характеристика внутрішнього середовища і комплексу маркетингу рекламного агентства ADINDEX.....	24
2.2. Аналіз основних тенденцій українського ринку реклами.....	38
2.3. Аналіз змін інтернет реклами вітчизняних компаній під час війни.....	51
2.4. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища.....	60
2.4.1. Аналіз мікросередовища.....	60
2.4.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз.....	65
2.5. SWOT- аналіз та визначення напрямків удосконалення комплексу маркетингу агентства ADINDEX	68
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА ADINDEX.....	72
3.1. Дослідження уподобань споживачів стосовно складових комплексу маркетингу.....	72
3.2. Розробка заходів з удосконалення комплексу маркетингу агентства ADINDEX.....	84
3.3. Бюджет маркетингу та визначення ефективності запропонованих заходів.....	91
ВИСНОВКИ.....	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	99
ДОДАТКИ.....	106