

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

МАГІСТРА

на тему

*«Рекламно-інформаційне забезпечення  
просування штучно хутряних товарів»*

(за матеріалами бутіка «OnlyMe»)

**Виконала: здобувач 2 курсу,  
групи ПТБ-17 вч  
Спеціальності 076 Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність**

**Головата Катерина Сергіївна  
Керівник: Орлова В.М., к.т.н., доцент**

м. Дніпро

2019

## АНОТАЦІЯ

Головата К.С. Рекламно-інформаційне забезпечення штучно хутряних товарів.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти дослідження діяльності бутики «OnlyMe». Визначено сутність реклами та основні засоби сучасної реклами. Вивчено порядок управління рекламною діяльністю на підприємстві. Досліджено діяльність бутики «OnlyMe». Проаналізовано структуру асортименту штучних хутряних виробів та проведено дослідження якості штучних хутряних виробів, що пропонує бутик «OnlyMe».

Розглянуто медіа-рекламу як інструмент збільшення продажів штучних хутряних виробів у бутики «OnlyMe». Проаналізовано інтер'єр та рекламно-інформаційне оформлення бутики «OnlyMe», що дозволило визначити основні напрями підвищення рекламно-інформаційного забезпечення дослідного підприємства.

Для забезпечення ефективності функціонування запропоновано створити свій сайт «OnlyMe», а для задоволення попиту споживачів запропоновано розширити асортимент за статевим призначенням, розвивати і підтримувати асортимент виробів, який відповідає сучасним напрямкам моди та на товар, що користується низьким попитом застосовувати знижки.

Ключові слова: штучно хутряні товари, управління рекламною діяльністю, рекламно-інформаційне забезпечення, інтер'єр, медіа-реклама.

## SUMMARY

Holovata K.S. Commodity information provision of advertising and informative measures of artificial fur goods

The theoretical aspects of the study of activity of the «Only Me» boutique are considered in the paper. The essence of advertising and the main means of modern advertising are determined. The order of management of advertising activity at the enterprise is studied. The activity of the «Only Me» boutique is explored.

The interior and advertising and informational design of the «Only Me» boutique have been analyzed, which allowed determining the main directions of increasing the advertising and information support of the research enterprise. To ensure the effectiveness of the operation, it is proposed to create its website «Only Me» and in order to meet the demand of consumers, it is proposed to expand the range for sexual purposes, to develop and maintain an assortment of products that corresponds to modern trends in fashion and for goods that use low demand to apply discounts.

Keywords: artificial fur products, advertising management, advertising and informational support, interior, media advertising.

## ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти рекламно-інформаційного забезпечення торговельного підприємства	10
1.1. Сучасна реклама підприємства: сутність, основні види та завдання	10
1.2. Рекламні засоби та їх застосування в торгівлі	18
1.3. Організація управління рекламною діяльністю на підприємствах	25
РОЗДІЛ 2. Товарознавче забезпечення рекламних заходів штучно хутряних виробів в бутику «OnlyMe»	30
2.1. Загальна характеристика бутику «OnlyMe»	30
2.2. Аналіз структури асортименту штучно хутряних виробів	34
2.3. Дослідження якості штучно хутряних виробів в бутику «OnlyMe»	45
РОЗДІЛ 3. Напрями підвищення ефективності рекламно-інформаційного забезпечення бутику «OnlyMe»	52
3.1. Медіа-реклама як інструмент збільшення продажів штучно хутряних виробів	52
3.2. Аналіз інтер'єру та рекламно-інформаційного оформлення бутику «OnlyMe»	63
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ	80