

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

БАКАЛАВРА на тему

**« ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ОРГАНІЗАЦІЇ (ПІДПРИЄМСТВА)»**

Виконав: здобувач ІV курсу, групи МН-20-2

Спеціальності 073 Менеджмент

Мартиненко С.С

прізвище, ініціали

Керівник: Болгар Т.М., д.е.н., професор

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Мартиненко С.С Планування маркетингової діяльності організації (підприємства).

В роботі визначено сутність, особливості і складові концепції рекламної компанії. Проведено аналіз ринку та конкурентного середовища Starlight Media. Здійснено визначення унікальної торговельної пропозиції (УТП) Starlight Media. Описано розробку стратегії рекламної кампанії Starlight Media. Подано шляхи удосконалення системи прийнятих рішень щодо стратегічного розвитку (на прикладі сервісу музики) Starlight Media.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, ілюстрована 8 таблицями і 13 рисунками, в процесі написання використано 20 літературних джерел.

Ключові слова: планування, рекламна компанія, продукт, конкурентне середовище, торговельна пропозиція.

SUMMARY

Martynenko S.S Planning of marketing activity of an organisation (enterprise).

The paper defines the essence, features and components of the concept of an advertising company. It analyses the market and competitive environment of Starlight Media. The unique selling proposition (USP) of Starlight Media has been defined. The development of a strategy for the Starlight Media advertising campaign is described. Ways to improve the system of decision-making on the strategic development (on the example of the music service) of Starlight Media are presented.

Diploma work consists of three divisions, illustrated by 8 tables and 13 pictures, in the process of writing 20 literary sources are used.

Keywords: planning, advertising campaign, product, competitive environment, sales proposition.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ПРОЦЕСУ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ

- 1.1. Сутність, особливості і складові концепції рекламної компанії
- 1.2. Цілі та завдання рекламної компанії
- 1.3. Основні етапи формування рекламної компанії

ПРАКТИЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ПРОДУКТУ НА ПРИКЛАДІ STARLIGHT MEDIA

- 2.1. Аналіз ринку та конкурентного середовища Starlight Media
- 2.2. Визначення унікальної торговельної пропозиції (УТП) Starlight Media

РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА СИСТЕМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ

- 3.1. Розробка стратегії рекламної кампанії Starlight Media
- 3.2. Удосконалення системи прийнятих рішень щодо стратегічного розвитку (на прикладі сервісу музики) Starlight Media

ВИСНОВКИ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ