МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 6.030507 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
Маркетинг
(назва освітньої програми)

на тему: «Маркетингова політика комунікацій підприємства «Вкусняшка» на рину послуг з харчування»»
(назва теми)

Виконавець:
студент ФМЕ факультету
Гузь Діана Євгеніївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
к. е. н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Жарська Ірина Олександрівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми: сучасний маркетинг вимагає не тільки виробництва якісних товарів і встановлення розумної і доступної ціни для цільових споживачів. Сьогодні маркетингові комунікації займають центральне місце серед засобів конкуренції.
Посилення ролі комунікацій у боротьбі за покупця обумовлено особливостями ма ркетингового середовища сучасного вітчизняного ринку. Темпи формування ринку занадто повільні. Одній з причин цього - недостатньо ефективне використання маркетингового механізму в цілому і безсистемне використання маркетингових комунікацій, зокрема, в господарській діяльності вітчизняних підприємств

Мета дослідження - це вивчення політики маркетингових комунікацій та розробка методів удосконалення для покращення організації маркетингу на підприємстві**.**

Завдання дослідження:

- описати комунікаційну політику в комплексі маркетингу;
- дослідити складові елементи політики комунікацій у маркетингу;
- проаналізувати основних конкурентів;
- запропонувати впровадження програми лояльності у вигляді дисконтних карт; реклама в мережі Інтернет.

Об'єкт дослідження. Процеси маркетингових комунікацій у системі управління підприємством «Вкусняшка».

Предмет дослідження. Механізм ефективного управління маркетинговими комунікаціями підприємства.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. При написанні дипломної роботи були використані наступні методи дослідження: загальнонаукові методи: синтез, аналіз, порівняння, абстрагування, конкретизація, індукція та дедукція, а також спеціальні методи наукових досліджень: методи економічного аналізу, метод логічного узагальнення, таблично-графічні методи, абстрактно-логічний і системно-структурний аналіз; порівняльний аналіз і групування; розрахунково-аналітичний та метод економічного моделювання.

Інформаційна база дослідження. Для написання роботи було використано такі джерела інформації як навчальні посібники, підручники, монографії, публікації у періодичних виданнях, матеріали звітності підприємств, матеріали науково-практичних конференцій, електронні ресурси. Також довідковою базою є нормативно-правові акти України, аналітичні та статистичні матеріали кафе-їдальні «Вкусняшка».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (36

найменувань). Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 65 сторінках. Робота містить 8 таблиць, 16 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти стратегічного розвитку підприємства» розглянуто сутність стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі «Розрахунково-аналітична характеристика підприємства» проаналізовано: організаційно – економічну характеристику їдальні «Вкусняшка», основних конкурентів закладу, аналіз комунікаційної діяльності підприємства.

У третьому розділі «Розробка рекомендацій з покрашення маркетингової комунікаційної політики» запропоновано впровадження програми лояльності у вигляді дисконтних карт,залучити Email маркетинг, контекстну рекламу в Google, таргетонгов3 рекламу в Instagram.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Для підвищення лояльності постійних споживачів та змешення їх відтоку запропоновано запровадити систему бонусних карток. Вартість виготовлення карток складає 11 738 грн.

2. Розроблено план рекламної діяльності в мережі Інтернет за трьома основними напрямками – таргетована реклама, контекстна реклама і банери та тематичних сайтах. Загальна вартість програми – 4500 грн.

3. Визначено ефективність кожного заходу.