

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою Маркетинг та міжнародна логістика
(назва освітньої програми)

на тему: **«Аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності підприємств (на прикладі ТОВ «Вельвет Янг»)»**
(назва теми)

Виконавець:

студентка 4 курсу ЦЗВФН
Кудінова Аліна Віталіївна

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доц
(науковий ступінь, вчене звання)
Обнявко Олександр Валентинович

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. У сучасному конкурентному світі реклама стає ключовою для успіху будь-якого бізнесу. Вона допомагає привернути увагу до бренду та збільшити його популярність на ринку.

Реклама вже протягом тривалого часу є одним з ключових факторів прогресу в сучасному суспільстві, і це підтверджується відомим виразом «Реклама – двигун торгівлі». Ці слова вже давно стали загальновідомим афоризмом, проте до них можна додати інше: сучасна реклама – це також двигун прогресу. У сьогоднішній епохі будь-яка комерційна діяльність, яка не супроводжується рекламою, не може розраховувати на успіх, що є очевидним для всіх. Розумне розміщення реклами вважається ефективним вкладенням коштів, яке приносить значні вигоди. Проте неможливо знайти рекламу, яка б вплинула на всю суспільність в цілому - такого рівня впливу просто не існує. Також важливо зауважити, що не існує однозначно кращого або гіршого способу позиціонування реклами. Саме в цьому полягає унікальність сфери рекламних послуг.

Тому аналіз та постійне вдосконалення ефективності рекламної діяльності є важливим завданням для будь-якої компанії.

Мета кваліфікаційної роботи бакалавра. Метою даної кваліфікаційної роботи є аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності підприємства ТОВ «Вельвет Янг». Конкретні цілі включають в себе аналіз сучасних теоретичних підходів, вивчення діяльності обраного підприємства та його мікро- та макросередовищ, а також шляхи вдосконалення процесу управління рекламною діяльністю.

Постановка завдання. Автором поставлені наступні завдання.

- розглянути теоретичні основи управління рекламною діяльністю підприємства
- проаналізувати поточні рекламні стратегії ТОВ «Вельвет Янг»
- розробити шляхи вдосконалення процесу управління рекламною діяльністю підприємства ТОВ «Вельвет Янг».

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є процеси формування та реалізації рекламної діяльності ТОВ «Вельвет Янг».

Предмет дослідження. Предметом дослідження є сутність, значення, оцінка ефективності рекламної діяльності підприємства.

Методологічна основа кваліфікаційної роботи бакалавра. Методологічною основою кваліфікаційної роботи є комплексний аналіз теоретичних джерел з маркетингу та методів удосконалення ефективності рекламної діяльності. Також аналітичні, статистичні та порівняльні методи дослідження. Аналітичний підхід дозволяє ретельно дослідити маркетингове середовище, включаючи внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність підприємства. Статистичні методи допомагають у збиранні та обробці даних щодо споживачів, а порівняльний підхід сприяє аналізу конкурентного середовища та визначенню конкурентних переваг

підприємства. Використання різноманітних теорій та методів дозволить провести глибокий аналіз та розробити конкретні рекомендації.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є аналітичні дані, статистичні звіти, а також наукові публікації з області маркетингу та бізнесу. Також в роботі використані різноманітні інформаційні ресурси та звіти компанії котрі знаходяться у вільному доступі. Таким чином використання різноманітних джерел дозволить забезпечити обґрунтованість та достовірність результатів дослідження.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел із 44, 18 таблиць, 28 рисунків. Загальний обсяг роботи складає 78 сторінок основного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА»* визначено поняття, суть та значення реклами для підприємства, досліджено теоретичні основи управління рекламною діяльністю підприємства.

У другому розділі *«АНАЛІЗ ПОТОЧНОЇ РЕКЛАМНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ»»* надано Характеристика та аналіз діяльності ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ»; проаналізовано макро і мікросередовища підприємства, прохарактеризовано комплекс маркетингу підприємства, визначено його основних конкурентів.

У третьому розділі *«ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ»»* надано шляхи вдосконалення процесу управління рекламною діяльністю ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ».

ВИСНОВКИ

На діяльність ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ» найбільший вплив здійснює макросередовище і цим факторам підприємство не може протидіяти. В сучасних умовах погіршення купівельної спроможності на внутрішньому ринку актуалізує потребу в зниженні цін і пропозиції акцій на послуги.

ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ» здійснює активне інтернет-просування своїх послуг. Інформацію можна знайти не тільки у соціальних мережах Фейсбук та Інстаграм, але й на Ютубі, в Тік-Ток, на різноманітних інформаційних сайтах по наданню послуг навчання танцю. Акційні пропозиції публікуються на сайті Покупон. Аналіз ефективності маркетингової діяльності виявив, що за останні 3 роки аудиторія соціальних мереж ТОВ «ВЄЛЬВЄТ ЯНГ» збільшилась на 26,34%, однак, можна відмітити дуже низьку активність аудиторії, максимальна кількість лайків чи репостів спостерігається 2-3 рази на рік, а сама кількість таких реакцій дуже незначна. Враховуючи зниження маркетингових витрат, можна зробити висновок, що рекламна і маркетингова діяльність недостатньо активна.

Пропонується використовувати інструменти інтерактивного маркетингу при рекламі послуг школи танців ТОВ «ВСЛЬВЕТ ЯНГ» на різних інтернет-ресурсах.

Проведені розрахунки підтверджують, що запропоновані заходи є ефективними.