

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою
Маркетинг та міжнародна логістика**

**на тему: «Аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності
маркетингових послуг ФОП Волошин Іванна Василівна»**

Виконавець:
студентка 46 групи ФМЕ
Удовінчук Анастасія Григоріївна

/підпис/

Науковий керівник:
доц. каф. МтаМЛ
Бондаренко Олена Михайлівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Надання кваліфікованих, професійних знань та їх використання на практичному веденні рекламної діяльності клієнта є вкрай необхідним у наш час, так як за допомогою соціальних медіа, пошукових систем та в загальному інтернет ресурсів – кожен підприємець має можливість просувати свій бренд та підвищувати значимість свого бізнесу. Це стосується як великого бізнесу, так і малих підприємств зі звичайними послугами, які можна монетизувати. Але щоб почати отримувати прибуток від свого бізнесу, необхідно створити попит на свою діяльність. Для цього й існують маркетингові підприємства з надання рекламних послуг.

Звісно, що кожен може набути необхідних знань, опанувати рекламні кабінети для створення оголошень в соціальних мережах та пошукових системах, оволодіти програмами для створення статичних креативів та промо-роликів, вивчити правила копірайтингу тощо. Але це все час, якого не завжди вистачає підприємцю. Тому, щоб отримати потік клієнтів для свого бізнесу, часто такому підприємцю необхідно самому стати клієнтом підприємства з маркетингових послуг.

В свою чергу, фахівцям з надання рекламних послуг теж важливо приділяти увагу стратегії удосконалення ефективності рекламної діяльності свого підприємства – не сподіватись тільки WOM-маркетинг або сторінку в соціальних медіа з 1000 підписниками, а інтегрувати у своє агентство усі можливі способи залучення та комунікації з клієнтом. Саме тому особливого значення набуває впровадження сучасних маркетингових технологій для удосконалення ефективності рекламної діяльності маркетингових послуг.

Мотивацією необхідного аналізу та постійного удосконалення рекламної діяльності обумовлено високою конкуренцією серед малих та середніх підприємств, сучасні споживачі очікують більш персоналізованого підходу. Адаптація рекламних кампаній відповідно до постійних змін є необхідною для підтримання актуальності, ефективності та конкурентоспроможності.

Мета дослідження. Аналіз та розробка рекомендацій для удосконалення маркетингових послуг підприємства ФОП Волошин Іванна Василівна.

Завдання дослідження:

- Визначити теоретичні основи рекламної діяльності як частини сучасного маркетингу;
- Розглянути техніко-економічну характеристику підприємства ФОП Волошин Іванна Василівна;
- Проаналізувати сучасні підходи конкурентоспроможності щодо аналізу та удосконалення рекламної діяльності маркетингових послуг ФОП Волошин Іванна Василівна;
- Надати пропозиції з покращення ефективності рекламної діяльності маркетингових послуг ФОП Волошин Іванна Василівна.

Об'єктом дослідження виступає процес удосконалення ефективності рекламної діяльності маркетингових послуг ФОП Волошин Іванна Василівна.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні питання розробки рекомендацій щодо удосконалення ефективності маркетингових послуг ФОП Волошин Іванна Василівна.

Методи дослідження Теоретичними та методологічними базою дослідження виступає загальнонауковий діалектичний метод пізнання комплексу маркетингової діяльності. Використані методи аналізу, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

Інформаційна база дослідження дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (47 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 103 сторінок. Основний зміст викладено на 95 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 24 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧАСТИНА СУЧАСНОГО КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ»** охарактеризовано сутність та функції реклами та рекламної діяльності як частини комплексу маркетингу в сучасних умовах економіки, визначено роль маркетингу в рекламних послугах, проаналізовано конкурентоспроможність в рекламній діяльності.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ФОП ВОЛОШИН ІВАННА ВАСИЛІВНА»** надано техніко-економічну характеристику ФОП Волошин Іванна Василівна; проаналізовано маркетингове середовище та досліджено особливості управління складовими комплексу маркетингу.

У третьому розділі **«НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ФОП ВОЛОШИН ІВАННА ВАСИЛІВНА»** надано пропозиції з удосконалення рекламної діяльності підприємства ФОП Волошин Іванна Василівна; розроблено рекомендації щодо створення веб-сторінки ФОП Волошин Іванна Василівна.

ВИСНОВКИ

У рамках кваліфікаційної роботи на тему: «Аналіз та удосконалення ефективності рекламної діяльності маркетингових послуг ФОП Волошин Іванна Василівна» були розглянуті теоретичні та практичні аспекти рекламної діяльності як компонента сучасного маркетингу, аналізовані існуючі стратегії компанії та визначені перспективні напрямки маркетингової комунікації з клієнтами. Це дало змогу сформулювати ключові висновки та пропозиції, які можуть сприяти покращенню ділової стратегії підприємництва.

1. Реклама є невід'ємною складовою сучасного маркетингу, яка значно впливає на досягнення маркетингових цілей компаній. Якщо раніше було достатнім дати оголошення в місцевій газеті, то у сучасному середовищі необхідно використовувати

увесь спектр рекламних інструментів та методів, що дозволяють досягати цільову аудиторію з високою точністю. Завдяки соціальним мережам, контекстній та таргетованій рекламі, електронній пошті та SEO-оптимізації, компанії можуть ефективно комунікувати зі споживачами, підвищувати обізнаність про бренд та стимулювати продажі.

Надання кваліфікованих, професійних маркетингових знань у рекламній діяльності та їх використання на практичному веденні є вкрай необхідним, так як за допомогою інтернет ресурсів – кожен підприємець має можливість просувати свій бренд та підвищувати значимість своєї компанії. Це стосується не тільки будь-якого бізнесу, який базується на створенні попиту для монетизації своїх послуг або продукції, але і маркетингових підприємств.

Досягаючи видимості діяльності в web-просторі, споживач щоденного контенту у своєму смартфоні або комп'ютері має можливість знайомитись з рекламною діяльністю маркетингового підприємства ФОП Волошин Іванна Василівна.

2. Зазначено, що зовнішні обставини, такі як повномасштабні кризи, можуть істотно вплинути на рекламну діяльність компаній, впливаючи на платоспроможність клієнтів та вартість послуг. В умовах війни, коли кожен день несе загрозу окупації територій, втрати магазинів, складів, а найстрашніше людські жертви, – з'являється невизначеність та страх. Але українці показали силу волі та незламності. Знаходячись в тилу, народ намагається тримати економічний стан на своїх плечах.

Лише за два роки повномасштабної війни було відкрито майже 400 000 нових ФОП з різних сфер галузі, які в свою чергу, потребують професійних знань в впровадженні рекламних стратегій сучасного маркетингу. Саме тому, маркетингове підприємство ФОП Волошин Іванна Василівна має втілювати видимість своєї діяльності в інтернет простір, щоб допомагати своїми професійними навичками новим підприємцям та зберігати свою конкурентоспроможність. Це допоможе бізнесу та новим підприємцям адаптуватися до будь-яких викликів

3. ФОП Волошин Іванна Василівна має значний потенціал для зростання та розвитку на ринку маркетингових послуг. На основі аналізу було виявлено досвід співпраці як з українськими підприємствами, так і з міжнародними компаніями:

- Тактичне досягнення низьких цін для залучення цільової аудиторії на бізнес-сторінки соціальних мереж;
- Ведення масштабних проектів іноземної компанії із загальним охоптом майже у 20 мільйонів читачів;
- Розробка стратегії просування для залучення та монетизації споживачів в підприємство своїх клієнтів.

Було встановлено широкий спектр послуг, що дозволяє задовольняти потреби як приватних осіб, так і підприємств. Це дозволяє ФОП Волошин Іванна Василівна займати міцні позиції на обох ринках, постійно розширюючи свій вплив та адаптуючись до змінних умов ринку.

Однак, для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення стабільного потоку клієнтів, ФОП Волошин Іванна Василівна має створити видимість в інтернет-просторі для удосконалення рекламних послуг маркетингового підприємства. Таким чином, було запропоновано створення власного веб-сайту, який буде платформою для залучення та утримання цільової аудиторії.

4. Згідно з опрацьованим аналізом маркетингового підприємства ФОП Волошин Іванна Василівна та темою моєї кваліфікованої роботи було розроблено веб-сайт як стратегія удосконалення рекламної діяльності маркетингових послуг підприємства. Стратегія включає розробку сайту-візитки, дизайн якого було створено за допомогою Figma, дотримуючись корпоративних стандартів і кольорової гами компанії. Для залучення перших клієнтів, сайт потребує подальшої SEO-оптимізації, впровадження CRM-системи, налаштування контекстної та таргетиваної реклами. Так як втілення необхідного комплексу сучасного маркетингу потребує зусиль та певної кількості часу, для позитивного прийняття рішення про подальшу роботу з сайтом, я розрахувала витрати на розробку сайту та спрогнозувала економічний ефект. Очікуваний відсоток збільшення продажів дорівнюватиме 6,16%. Отримані результати свідчать про доцільність та економічну вигідність створення та підтримки сайту для підприємства ФОП Волошин Іванна Василівна.

Цей комплексний підхід дозволить не тільки відповісти на виклики конкурентного середовища, але й забезпечити сталий розвиток маркетингового підприємства ФОП Волошин Іванна Василівна, зміцнюючи його позиції у галузі та підвищуючи рівень довіри та впізнаваності серед потенційних клієнтів.