АНОТАЦІЯ

Гутова Д.А. «Удосконалення маркетингових комунікацій підприємства»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика».- Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі досліджено сучасні підходи до організації маркетингових комунікацій на прикладі підприємства ФОП Поліщук В.В., що спеціалізується на продажу вживаної комп'ютерної техніки.

Проведено аналіз ринку б/в техніки та конкурентного середовища, виявлено ключові чинники впливу на вибір споживача. Оцінено поточну систему комунікацій підприємства, визначено її сильні та слабкі сторони. Особливу увагу приділено розвитку цифрових каналів — соцмереж, месенджерів, офіційного сайту — та потенціалу застосування сторітелінгу й емоційного маркетингу як інструментів підвищення ефективності взаємодії з клієнтами.

У практичному розділі запропоновано план контенту, підготовлено ідеї для створення відео Reels, розроблено сторітелінг-кампанії та контент-план, а також проведено економічне обґрунтування впроваджених заходів.

Ключові слова: маркетингові комунікації, SMM, сторітелінг, емоційний маркетинг, б/в техніка, цифрова стратегія, контент-маркетинг, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Gutova D.A. «Improvement of the company's marketing communications»

Qualification thesis for obtaining the Bachelor's degree in specialty 075 "Marketing" under the educational program "Marketing and International Logistics". – Odesa National University of Economics. – Odesa, 2025.

The thesis explores modern approaches to the organization of marketing communications based on the case of the sole proprietorship Polischuk V.V., which specializes in the sale of used computer equipment.

An analysis of the second-hand electronics market and competitive environment was conducted, and key factors influencing consumer choice were identified. The current communication system of the enterprise was evaluated, highlighting its strengths and weaknesses. Special attention is given to the development of digital channels — social media, messengers, the official website — and the potential of applying storytelling and emotional marketing as tools to enhance customer engagement.

In the practical part, a content plan was proposed, creative ideas for Reels videos were prepared, storytelling campaigns were developed, and an economic justification of the proposed measures was provided.

Keywords: marketing communications, SMM, storytelling, emotional marketing, used electronics, digital strategy, content marketing, competitiveness.