

АНОТАЦІЯ

Білоус К.Є. «Удосконалення маркетингових комунікацій підприємства (на прикладі ФОП Болтаков В.Ю. – магазину одягу)»

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

У роботі представлено теоретичні аспекти маркетингових комунікацій підприємств, сутність та інструменти маркетингових комунікацій, методичні підходи до оцінки їх ефективності.

Представлено економічну характеристику ФОП Болтаков В.Ю. (бренд жіночого одягу WearCocaine), проведено аналіз профілю маркетингового середовища галузі брендового одягу, досліджено комплекс сучасних маркетингових комунікацій та проведено оцінку ефективності їх використання.

Розроблено заходи удосконалення елементів маркетингових комунікацій магазину брендового одягу WearCocaine, проведено оцінку ефективності їх впровадження.

Ключові слова: маркетингові комунікації, комплекс маркетингу, галузь брендового одягу, маркетингове середовище, сегментація клієнтів

ANNOTATION

Bilous K. «Improvement of marketing communications of the enterprise (on the example of FOP Boltakov – clothing store)»

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 «Marketing» under the educational program «Marketing and International Logistics». Odessa National Economic University. – Odesa, 2025.

The paper presents theoretical aspects of marketing communications of enterprises, the essence and tools of marketing communications, methodological approaches to assessing their effectiveness.

The economic characteristics of FOP Boltakov (women's clothing brand WearCocaine) are presented, an analysis of the marketing environment profile of the branded clothing industry is conducted, a complex of modern marketing communications is studied and an assessment of the effectiveness of their use is carried out.

Measures are developed to improve the elements of marketing communications of the branded clothing store WearCocaine, and the effectiveness of their implementation is assessed.

Keywords: marketing communications, marketing mix, branded clothing industry, marketing environment, customer segmentation