

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(повне найменування вищого навчального закладу)

ІНСТИТУТ ПРАВА, ЕКОНОМІКИ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ І МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
ПІДПРИЄМСТВА»

Виконала: студентка 2 курсу

зі спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини» за другим
(магістерським) рівнем вищої освіти

Вороненко В.В.

Керівник: к.е.н., доцент Зеркіна О.О.

Одеса – 2020 рік

Анотація
на кваліфікаційну роботу магістра
Вороненко В.В.

**на тему: «Розробка комплексу маркетингових комунікацій
підприємства»**

Предметом дослідження є методичні та теоретичні питання щодо удосконалення бізнес-процесів застосування методів інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства.

Об'єктом дослідження є компанія «Sweet Art».

Метою роботи є дослідження комплексу маркетингових комунікацій підприємства, яке працює на ринку послуг.

Завданнями роботи є: розглянути зміст та сутність інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства; провести аналіз господарської діяльності та ринкової позиції підприємства, виявити недоліки існуючих маркетингових комунікацій; розробити пропозиції щодо удосконалення бізнес-процесів застосування методів інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства.

За результатами дослідження сформульовані пропозиції щодо формування маркетингових комунікацій як засобу забезпечення стратегічного розвитку підприємства.

Одержані результати мають практичне значення, можуть бути розглянуті керівництвом підприємства при формуванні маркетингових комунікацій як засобу забезпечення стратегічного розвитку підприємства.

Магістерська робота містить 114 сторінок, 19 таблиць, 20 рисунків, список використаної літератури з 56 найменувань, 4 додатки.

Рік виконання дипломної роботи 2020.

Рік захисту роботи 2020.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1 Інтегровані маркетингові комунікації як базова концепція комунікційної діяльності підприємства.....	9
1.2 Класифікація інструментів маркетингових комунікацій підприємства.....	18
1.3 Передумови розвитку маркетингової комунікційної діяльності підприємства	32
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ КОМПАНІЇ «SWEET ART»	
2.1 Загальна характеристика та ринкова позиція компанії «Sweet Art».....	46
2.2 Дослідження фінансово-економічного стану компанії «Sweet Art».....	60
2.3 Аналітична оцінка комплексу маркетингових комунікацій «Sweet Art».....	72
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО МЕТОДІВ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ «SWEET ART»	
3.1 Пропозиції щодо вибору засобів маркетингових комунікацій компанії «Sweet Art».....	79
3.2 Рекомендації щодо застосування методів інтегрованих маркетингових комунікацій для компанії «Sweet Art».....	87
3.3 Напрямки підвищення ефективності маркетингових комунікацій «Sweet Art».....	93
ВИСНОВКИ	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	109
ДОДАТКИ	

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арт-рынок URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:01217:article>. (дата звернення: 11.11.2020)
2. Арт-рынок: теория URL: http://artandyou.ru/category/art/post/art_ryinok_teoriya#. (дата звернення: 14.11.2020)
3. Афанасиади О. В. Event-маркетинг. URL: <http://www.pvlrco.kz/files/event-marketing.pdf>. (дата звернення: 26.11.2020)
4. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник. СПб.: Питер, 2005. 733 с.
5. Бухонова С.М., Ю.А. Дорошенко Оценка эффективности и моделирование интеграционных подходов к активизации инновационной деятельности предприятия . *Экономический анализ: теория и практика*. 2007. № 9(90). С.8-19.
6. Варго С., Лаш Р. Развитие новой доминирующей логики маркетинга. *Российский журнал менеджмента*. 2006. № 4(2). С. 73–106.
7. Васильева Е.Н., Павлова Н.Н. Социокультурное образование XXI века: проблемы, поиски, решения. *Фундаментальные исследования*. 2008. № 9. С. 110-112. URL: http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=7781274 (дата звернення: 15.11.2020)
8. Голенко Ю.Б. Ринок маркетингових комунікацій в Україні. URL: www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Economics/6_159932.doc.htm. (дата звернення: 16.11.2020)
9. Гребенюкова О. Сучасна структура комплексу маркетингових комунікацій . *Траектория науки*. Електронний научний журнал. 2019. № 1. URL: <http://www.pathofscience.org/index.php/ps/article/download/6/26>. (дата звернення: 19.10.2020)
10. Дзюбіна К.О. Зворотні матеріальні потоки як результат розвитку

- культури одноразового використання / К.О. Дзюбіна, Г.Г. Льовкін // Тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним процесом в Україні: налагодження взаємодії між учасниками», м. Львів, 22–23.05.2014 р. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 240 с. С. 191–194.
11. Длигач А. 12 трендів у комунікаціях з клієнтами URL: <http://hub.kyivstar.ua/12-trendiv-u-komunikatsiyah-z-kliyentami/>. (дата звернення:21.11.2020)
 12. Долінська Р.Г. Міжнародний досвід використання малобюджетних технологій у комплексі маркетингових комунікацій. *Сборник научных трудов «Вестник НТУ «ХПИ» : Актуальні проблеми управління*. 2014. № 45. С.8–14.
 13. Инвестиции в искусство: сложности украинского арт-рынка URL: <http://intercredit.com.ua/42/article6409>. (дата звернення:19.11.2020)
 14. Ілляшенко С.М. Інструменти та методи просування продукції в Internet: Аналітичний огляд. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. №3. С. 20 – 32.
 15. Інфляція в Україні 2019 сягне 17–18 % аналітики . Agravery, 2019 р. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/inflacia-v-ukraini-2019-sagne-17-18-analitiki>. (дата звернення:23.10.2020)
 16. Какой рекламе доверяют украинцы URL: <http://delo.ua/business/kakoj-reklame-doverjajut-ukraincy-304953/>. (дата звернення:25.10.2020)
 17. Командышко Е.Ф. Специфика технологий менеджмента в подготовке будущих специалистов социально-культурной деятельности. *Вестник Военного университета*. 2016. № 2 (26). С. 49–54.
 18. Котлер Ф. Основы маркетинга : учеб. пособие / Ф. Котлер. СПб. : АО «Коруна»; АО «ЛИТЕРА ПЛЮС», 1994. – 698 с.
 19. Купівельна спроможність українців у 2018 і 2019 роках. Інфографіка URL: <http://www.volynnews.com/news/society/kupivelna-spromozhnist-ukrayintsiv-u-2018-i-2019-rokakh-infohrafika/>. (дата звернення:16.11.2020)

20. Лазебник М. Выбор рекламодателя 2019. Кого хотят наши (ваши) клиенты . *Всеукраїнська рекламна коаліція*. URL: <http://vrk.org.ua/>. (дата звернення: 30.10.2020)
21. Лазебник М. Объем рекламного рынка Украины 2019 и прогноз объемов рынка 2020. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции. *Маркетинг в Україні*. 2010. № 6(93). С. 41–47.
22. Минцберг, Г. Школы стратегий, стратегическое сафари . Спб. : Питер. 2000. 366 с.
23. Мозгова В.Г. Инструменты Internet-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств . *Ефективна економіка*. 2016. № 10. С. 79–86.
24. Мокляк М.В. Проблеми впровадження та управління маркетинговою діяльністю на українських підприємствах . *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 3. С. 366–369.
25. Нинішня криза вдарила по статках українців. *Експресonline*, 31.01.2016. URL: <http://m.expres.ua/#!/n/171342>. (дата звернення: 22.10.2020)
26. Объем рекламного рынка Украины 2015 и прогноз объемов рынка 2016. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции URL: <http://www.mami.com.ua/news/market-news/10918>.
27. Парадокси українського івент маркетингу URL: <http://innovations.com.ua/ua/articles/13296/temp>. (дата звернення: 28.10.2020)
28. Поклонська Л.С. Дослідження сучасного стану рекламного ринку України. *Технологический аудит и резервы производства*. 2016. № 4/5(30). С. 4–13.
29. Про Українську асоціацію маркетингу URL: <http://uam.in.ua/ukr/>. (дата звернення: 30.10.2020)
30. Програма семінару з маркетингу «Forum West Маркетинг» від 30 вересня 2016 р. URL: <http://marketingteam.lviv.ua/>. (дата звернення: 3.11.2020)

31. Пятакова Н. А. Концепция четырех «Р» в маркетинге: Учебное пособие. / Н. А. Пятакова, Е. В. Бабкин. СПб.: СПбГУВК, 2001. 106 с.
32. Решетнікова І.Л. Вплив економічної кризи на поведінку вітчизняних споживачів і сприйняття інновацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. С.191-205.
33. Рижкова Г.А. Особливості і перспективи розвитку ринку маркетингових комунікацій в Україні. *Економічний Нобелівський вісник*. 2014. № 1(7). С. 375–382.
34. Романова Л.В. Маркетингове управління як стратегічний напрям розвитку промислових підприємств. *Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Спец. випуск. Маркетингова освіта в Україні*. К.: КНЕУ, 2011. С.628-638.
35. Смолянук О.В. Маркетингові комунікації в Інтернеті: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / О.В.Смолянук. Київ, 2015. 20 с.
36. Сокол П.М. Дослідження маркетингового комунікаційного ринку України для сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2016. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4852>. (дата звернення: 24.11.2020)
37. Соломянюк Н.М. Сучасні тенденції формування бюджету маркетингу на українських підприємствах. *Інвестиції: практика і досвід*. 2014. № 10. С. 28–32.
38. Суминова Т.Н. Арт-менеджмент как социокультурный концепт. Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 3. С. 117–123.
39. Ткачук А.В. Актуальні проблеми міжнародної комунікаційної політики фірм на ринку України. *Ефективна економіка*. 2014. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3138>.
40. Ткачук О. В. Event – важлива складова сучасного PR. *Маркетинг в Україні*. 2010. № 1.

41. Федорченко А. В. Система маркетингових досліджень : монографія . К. : КНЕУ, 2009. с. 267.
42. Федорченко А. В. Сучасні концепції маркетингового управління. *Економіка та підприємництво*: зб. наук. Праць молодих учених та аспірантів / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана" ; відп. ред. С. І. Дем'яненко. 2012. Вип. 28. С. 150-158.
43. Хальцбаур У. Event-менеджмент . М., 2007.
44. Юрко І.В. Еволюція теорії маркетингу в контексті українських реалій . *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2012. № 3 (54). С.127–131.
45. Уроки COVID-19: как изменится работа организаторов мероприятий после пандемии URL: https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_899.html
46. 8 steps to create a great marketing planfor your event URL: <https://whova.com/blog/steps-create-event-marketing-plan>.
47. Behrer M. Event Marketing attanvändaevenemangsomstrategiskresursimarknadsföringen / M. Behrer&Å. Larsson. – Novrumsgrafiska AB,Göteborg, 1998.
48. Esposito M. Marketing an Event: A Holistic Approach / M. Esposito // FundRaising Management. 1998. № 29.
49. Event marketing project URL: <http://www.slideshare.net/yashwant434/24687200-eventmarketingproject>
50. Event Marketing как он есть. URL:http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event_marketing.htm.
51. Gronroos Ch. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Approach / Christian Gronroos. 2nd ed. Chichester, UK: JohnWiley & Sons Ltd.,2000. 630 p.
52. Kempe K. Event Marketing 90-taletsstörstamarknadsföringstrend / K. Kempe. –1999
53. Meenaghan J. A. Commercial Sponsorship . European Journal of Marketing.

1983. № 17.
54. Taranto R. Special Events a Unique Tool of Marketing and Promotion /R. Taranto // Business Date. 1998. № 6.
55. The new rules of event marketing URL:
<http://www.inc.com/guides/201102/newrules-of-event-marketing.html>.
56. Walker Mack R. Event Sponsorship: An Exploratory Study of Small Business Objectives, Practices, and Perceptions *Journal of Small Business Management*. 2009. № 37.



Имя пользователя:
Анна Васильева

Дата проверки:
22.12.2020 20:52:54 MSK

Дата отчета:
22.12.2020 20:54:32 MSK

ID проверки:
1005494452

Тип проверки:
Doc vs Internet

ID пользователя:
100001433

Название файла: _Диплом Вороненко на проверку Зеркина

Количество страниц: 103 Количество слов: 18712 Количество символов: 148571 Размер файла: 4.68 MB ID файла: 1005784

Обнаружены модификации текста (могут влиять на процент совпадений)

38.6%

Совпадения

Наибольшее совпадение: 7.22% с Интернет-источником (<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3232>)

38.6% Источники из Интернета 512

Страница 105

Поиск совпадений с Библиотекой не производился

0% Цитат

Исключение цитат выключено

Исключение списка библиографических ссылок выключено

0% Исключений

Нет исключенных источников

Модификации

Обнаружены модификации текста. Подробная информация доступна в онлайн-отчете.

Замененные символы 28

Подозрительное форматирование 16 страниц

Получено
секретарь деканату ИГМЗ
Друа А А