

Міністерство освіти та науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Кафедра економіки і менеджменту

Дипломна робота
на тему:
***Управління рекламною
Діяльністю
(на прикладі “ТзОВ
Волинський хлібосвіт”)***

виконала:
студентка IV-го курсу
спеціальності „Менеджмент
організації”
групи МО-41
Миколайчик Ю. С.

Науковий керівник:
викладач
Орлов Олексій Геннадійович

РІВНЕ – 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	2
Розділ 1. Теоретико – методологічні засади процесу управління рекламною діяльністю на підприємстві.....	4
1.1 Суть та значення рекламної діяльності.....	4
1.2 Види реклами та правове забезпечення рекламної діяльності в Україні.....	12
1.3 Реклама як складова маркетингової діяльності підприємства.....	19
1.4 Процес управління рекламною діяльністю та визначення ефективності рекламної діяльності на підприємстві.....	23
Розділ 2 Характеристика управління рекламною діяльністю на ТзОВ «Волинський хлібосвіт».....	36
2.1 Організаційно – економічна характеристика ТзОВ «Волинський Хлібосвіт».....	36
2.2 Аналіз управління рекламною діяльністю на підприємстві.....	52
2. 3 Шляхи удосконалення процесу управління рекламною діяльністю на підприємстві.....	62
Висновки.....	69
Список використаних літературних джерел.....	72
Додатки.....	76

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В сучасних ринкових умовах господарювання дедалі більшого значення відіграє процес просування товару, послуг від виробника до споживача за допомогою рекламної діяльності. Реклама є органічною частиною цілого комплексу маркетингових заходів які направленні на цільового споживача з метою його стимулювання щодо комерційної купівлі товару або послуги. Ефективна рекламна діяльність дає змогу підприємству в умовах жорсткої конкуренції поступово нарощувати обсяги реалізації своєї продукції та виходити на нові ринки збуту. Звичайно, спеціалізація підприємства вимагає використання специфічних методів проведення рекламної діяльності, значних фінансових витрат, але перспективи від успішної рекламної діяльності значно перевищують ризики від її не проведення. Закономірним наслідком цього є потреба у вивченні та узагальненні як вітчизняного так і закордонного досвіду щодо ефективної рекламної діяльності на підприємстві та розробка самим підприємством власних методик щодо рекламної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у розробку теоретичних положень з рекламної діяльності зробили такі вітчизняні та закордонні вчені як: Л. Абалкін, В. Андрійчук, І. Біла, А. Вакалюк, А. Карпенко, Г. Козаченко, М. Лазебник, Ю. Лузан, О. Мандзюк, Ю. Митрохіна, І. Моргачова, А. Попов, М. Хацер, Д. Аакер, Р. Батра, Дж. Барнет, І. Вікентьєв, А. Дейян, Ф. Котлер, Л. Персі, Дж. Р. Россітер, К. Ротцол, Ч. Сендідж, У. Уелс та інші.

Метою бакалаврської роботи є аналіз рекламної діяльності на підприємстві та дослідження шляхів удосконалення процесу управління рекламною діяльністю підприємства в умовах ринкових відносин.

Основними завданнями при написанні бакалаврської дипломної роботи є:

- аналіз основних теоретичних засад управління рекламною діяльністю підприємства;

- охарактеризувати процес управління рекламною діяльністю на підприємстві;
- розглянути основні методики визначення ефективності рекламної діяльності підприємства;
- дослідити організаційно економічну діяльність підприємства;
- сформулювати та обґрунтувати шляхи удосконалення процесу управління рекламною діяльністю на підприємстві.

Об'єктом дослідження бакалаврської роботи виступає комерційна діяльність ТЗОВ «Волинський хлібосвіт».

Предметом дослідження виступає сукупність як теоретичних так і практичних аспектів управління рекламною діяльністю на підприємстві.

Методи дослідження: Методичними засадами бакалаврської роботи є принципи та положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, які стосуються теорії та практики управління рекламною діяльністю підприємства. У дипломній роботі використано наступні методи дослідження: логічно-теоретичний (при дослідженні сутності рекламної діяльності); системного аналізу і синтезу, економіко - математичний, узагальнення (при дослідженні проблемних аспектів підвищення процесу управління рекламною діяльністю підприємства).

Інформаційною базою для написання бакалаврської роботи виступають законодавчі та нормативні акти які регламентують діяльність підприємства, наукові праці вчених щодо рекламної діяльності, статистичні данні, фінансова та бухгалтерська звітність підприємства.

Структура та обсяг дипломної бакалаврської роботи складається з 75 сторінок тексту, вступ, 2 розділи, висновки, список використаних літературних джерел з 40 найменувань, містить 5 таблиць, 11 рисунків, 10 додатків.