

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту,
технологій та фізики
Кафедри менеджменту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого(бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 «Менеджмент»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
(на прикладі ТОВ «Північ-Центр ЛТД»)

Виконала:
здобувачка IV курсу
денної форми навчання
групи МТІ-41
Самойлова Аліна Миколаївна

Керівник:
старший викладач
Щесюк С. В.
Рецензент:

Рівне – 2023 рік

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	
ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Рекламна кампанія: стратегії, виконання та вплив.....	8
1.2. Методи розробки рекламної кампанії, оцінка та вибір рекламних засобів ...	17
1.3. Оцінка ефективності рекламної кампанії	28
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПІВНІЧ- ЦЕНТР	
ЛТД»	34
2.1. Загальний аналіз товариства з обмеженою відповідальністю «Північ-Центр	
ЛТД»	34
2.2. Результативність управління ТОВ «Північ-Центр ЛТД».....	39
2.3. Стан управління та ефективності рекламної діяльності ТОВ «Північ-Центр	
ЛТД»	48
2.4. Шляхи удосконалення ефективності рекламної діяльності ТОВ «Північ-	
Центр ЛТД».....	58
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:	76
ДОДАТКИ	81

ВСТУП

Актуальність дослідження. Розробка та реалізація рекламної діяльності є однією з основних функцій рекламного менеджменту. Рекламна діяльність є комплексним заходом, який включає різноманітні рекламні засоби, такі як реклама у ЗМІ, зовнішня реклама, виставкова діяльність тощо. Ефективна рекламна діяльність залежить від успішного поєднання рекламного повідомлення та правильного вибору масових засобів інформації. Побудова та використання інтегрованих маркетингових комунікацій можливі на всіх рівнях управління та в різних сферах підприємницької діяльності. Це дозволяє розробляти та впроваджувати спільну маркетингову комунікаційну програму з комплексним і ефективним використанням засобів маркетингових комунікацій у системі підприємницької діяльності.

Основною метою дослідження є розкриття сутності рекламної діяльності підприємства і обґрунтування необхідності її впровадження в сучасних умовах. Проблеми, пов'язані з формуванням рекламної діяльності, є об'єктом досліджень вчених з різних галузей, таких як економіка, менеджмент, маркетинг і підприємництво.

Питання про ступінь дослідження цієї проблеми академічними дослідниками як в Україні, так і за кордоном, є цікавим і вже привернуло увагу кількох провідних учених. До числа таких українських вчених можна віднести - Войчак А.В., Гаркавенко С.С., Герасимчук В.Г., Діброва Т.Г., Завадський Й.С., Загорулько В.М., Мова В.В., Мороз Л.А., Почепцов Г.Г., Ромат Є.В., Старостіна А.А., Щелкунов В.І.

Предметом дослідження даної роботи є управління рекламною діяльністю у компанії ТОВ «Північ-Центр ЛТД».

Об'єктом дослідження є рекламна діяльність ТОВ «Північ-Центр ЛТД».

У кваліфікаційній роботі полягають такі *завдання*:

- охарактеризувати рекламну кампанію: стратегії, виконання та вплив;
- визначити методи розробки рекламної кампанії, оцінку та вибір рекламних засобів;

- оцінити ефективність рекламної кампанії;
- проаналізувати загальну характеристику ТОВ «Північ-Центр ЛТД»;
- дослідити результативність управління ТОВ «Північ-Центр ЛТД»;
- описати стан управління та ефективності рекламної діяльності ТОВ «Північ-Центр ЛТД»;
- розробити шляхи удосконалення рекламної діяльності ТОВ «Північ-Центр ЛТД».

Для досягнення поставленої мети були використані такі *методи дослідження*: спостереження, теоретичний, економіко-математичний і табличний аналіз, графічні методи.

Дослідження, дані яких приводяться у кваліфікаційній роботі, були проведені автором безпосередньо в ТОВ «Північ-Центр ЛТД» протягом 2020, 2021 та 2022 років.

В основі *інформаційної бази* лежать такі складові: чинне законодавство України, наукові дослідження, навчальні матеріали та література, які представлені як вітчизняними, так і зарубіжними вченими в галузі реклами.