

Міністерство освіти та науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

**«УДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ
КОМУНІКАЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «iLounge»))»**

Виконала: здобувачка вищої освіти

гр. Мг-2 маг.

Бойчук Іванна Олегівна

Керівник: д.е.н., проф.

Дейнега Інна Олександрівна

Рівне – 2022

Анотація

Тема: Удосконалення управління маркетинговими комунікаціями підприємства (на прикладі ТОВ «iLounge»).

Кваліфікаційна робота розміщена на 99 сторінках друкованого тексту (без списку використаних джерел і додатків), містить 20 рисунків, 25 таблиць, перелік посилань із 50 джерел на 5 сторінках.

Ключові слова: маркетингова комунікація, управління комунікаціями, комплекс маркетингових комунікацій, бренд, управління брендом, конкурентоздатність підприємства, стратегія маркетингових комунікацій.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає товариство з обмеженою відповідальністю «iLounge», зокрема, його комплекс маркетингових комунікацій.

Предметом дослідження є система управління маркетинговими комунікаціями підприємства.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків.

У **вступі** обгрунтовано актуальність обраної теми, сформульовано мету і завдання дослідження, вказано об'єкт і конкретизовано предмет дослідження.

Перший розділ розкриває зміст теоретичних понять стосовно управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві. Зокрема, подано визначення понять «маркетингова комунікація» та «бренд», досліджено методи управління маркетинговими комунікаціями, підходи до оцінювання ефективності її реалізації.

У **другому розділі** проаналізовано загальний фінансово економічний стан та ефективність управління комплексом маркетингових комунікацій ТОВ «iLounge».

У **третьому розділі** спроектовано заходи щодо удосконалення управління маркетинговими комунікаціями у товаристві з обмеженою відповідальністю «iLounge», проведено економічне обгрунтування ефективності програми заходів.

Висновки містять основні пропозиції та рекомендації, реалізація та впровадження яких направлена на удосконалення управління комунікаційною політикою ТОВ «iLounge».

Зміст

Вступ.....	5
Розділ I: Теоретико-методологічні аспекти формування комплексу маркетингових комунікацій організації.....	10
1.1 Теоретичний зміст комплексу маркетингових комунікацій.....	10
1.2 Використання маркетингових комунікацій в системі управління підприємства.....	15
1.3 Брендинг як фактор підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	24
Висновки до розділу I.....	31
Розділ II: Оцінювання стану галузі та комплексу маркетингових комунікацій організації.....	33
2.1. Загальний аналіз діяльності підприємства на ринку.....	33
2.2. Фінансово-економічний аналіз діяльності організації.....	44
2.3 Аналіз маркетингового середовища та прогнозування його можливих змін.....	51
2.4. Аналіз управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві.....	64
Висновки до розділу II.....	72
Розділ III: Удосконалення комплексу маркетингових комунікацій організації...73	73
3.1 Визначення структури заходів щодо просування бренду підприємства та підвищення конкурентоспроможності продукції.....	73
3.2 Розробка рекомендацій щодо підвищення впізнаваності бренду.....	81
3.3. Економічна ефективність заходів з удосконалення бренду підприємства.....	89
Висновки до розділу III.....	96
Висновки.....	98
Список використаних джерел та літератури.....	102
Додатки.....	107