

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

П о я с н ю в а л ь н а з а п и с к а

до дипломної роботи

М А Г І С Т Р

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: "Підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства"

Виконав: студент 2 року навчання,
групи 8.06.07.12.03,
спеціальності 8.03050301 "Міжнародна
економіка"

Масолітін О.О.

Керівник: к.е.н., доцент Вовк В.А.

Рецензент: к.е.н., доцент Дуна Н.Г.

РЕФЕРАТ

Становлення і розвиток ринкових відносин в Україні обумовлюють необхідність удосконалення системи управління підприємствами, орієнтації системи менеджменту на ринкові умови господарювання, здатності швидко і гнучко реагувати на зміни в маркетинговому середовищі.

Усі ці особливості зумовлюють необхідність удосконалення маркетингової системи підприємств, насамперед, у контексті вирішення завдання просування товару на ринку, зокрема вихід на зовнішні ринки. Найбільш поширеним інструментом такого просування є реклама.

Сьогодні реклама становить одну з найбільш важливих маркетингових функцій, яка здійснюється абсолютною більшістю суб'єктів ринкової діяльності, що підтверджує актуальність обраної теми дослідження.

Актуальність дослідження обумовлена нагальною проблемою в інтенсифікації рекламної діяльності на вітчизняних підприємствах при посиленні конкурентної боротьби, насамперед з іноземними товаровиробниками. Використання такої форми впливу на ринок вимагає науково обгрунтованого планування реклами, постійного вдосконалення механізму розробки і реалізації планів рекламної діяльності підприємства.

Проблемам розв'язання питань про розвиток управління рекламною діяльністю, останнім часом присвячено досить багато наукових праць відомих зарубіжних та вітчизняних вчених таких, як: Дж. Бернет, Ф. Джефкінс, І.Л. Вікентьева, В.Л. Музиканта, Ф.Г. Панкратова, Н.С. Пушкарьова, І.Я. Рожкова, О.А. Феофанова, А.В. Вовчака, С.С. Гаркавенко та інші [24, 31, 38, 66, 78]. Свої методики оцінки ефективності реклами, адаптовані до українських умов, запропонували такі учені, як: Є.В. Ромат, Т.О. Примак, Л.О. Попова, Б.А. Обротько, Р.М. Левешко, Т.І. Лук'янець [55, 70, 76, 79].

Метою дипломної роботи є теоретичне обгрунтування та розробка методичних рекомендацій щодо підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети було сформульовано і вирішено наступні завдання:

- а) визначити основні функції реклами;
- б) узагальнити методи оцінки ефективності рекламної діяльності підприємства;
- в) вивчити особливості здійснення рекламної діяльності у міжнародному аспекті;
- г) провести комплексний аналіз діяльності ПАТ «Завод «Південкабель»;
- д) визначити можливі шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства на російському ринку;
- е) розробити комплекс рекламних заходів для ПАТ «Завод «Південкабель»;
- є) розрахувати показники ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є рекламна діяльність ПАТ «Завод «Південкабель».

Предметом дослідження дипломної роботи виступають теоретичні положення, методичні підходи, практичні рекомендації щодо підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства.

У процесі дослідження використовувалися наступні методи: системний підхід – для визначення складових рекламної діяльності підприємства; метод порівняльного аналізу – для зіставлення існуючих підходів та методик оцінки ефективності рекламної діяльності підприємства; метод аналізу і синтезу – для деталізації об'єкта дослідження шляхом розділення його на окремі складові частини, аналітичний метод – для визначення стану підприємства; метод узагальнення – для формування загального висновку.

Практичне значення одержаних результатів дипломної роботи полягає в розробці пропозицій та рекомендацій щодо підвищення ефективності рекламної діяльності промислового підприємства та оцінці їх ефективності.