

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Тетяна КНЯЗЄВА
“ ___ ” _____ 2022 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»

Тема: «Використання потенціалу соціальних мереж в рекламних кампаніях та їх вплив на поведінку споживача (на прикладі ТОВ «Enjoy the Wood»)».

Виконавець: Склезь Іван Володимирович

Керівник: к.е.н., доцент Сібрук Віктор Леонідович

Нормоконтролер: д.е.н., доцент Полоус Ольга Вікторівна

КИЇВ 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач випускової кафедри
_____Тетяна КНЯЗЄВА
« ____ » _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання випускної роботи
Склезя Івана Володимировича

(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Використання потенціалу соціальних мереж в рекламних кампаніях та їх вплив на поведінку споживача (на прикладі ТОВ «Enjoy the Wood»)» затверджена наказом ректора від 25.04.2022 р. №432/ст.
2. Термін виконання роботи: з 23.05.2022 р. по 19.06.2022 р.
3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали наукових видань
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретичні основи досліджень комплексу маркетингу; дослідження маркетингової діяльності підприємства «Enjoy the Wood»; висновки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: комплекс маркетингу; динаміка виробництва і реалізації пива; ринкові частки виробників пива; радар конкурентоспроможності основних гравців ринку пива; цінові сегменти ринка пива; виробнича структура підприємства «Enjoy the Wood»; економічні показники підприємства «Enjoy the Wood»;

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Видача завдання	23.05.2022	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	23.05.2022-26.05.2022	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	27.05.2022-29.05.2022	
4.	Написання теоретичної частини	30.05.2022-04.06.2022	
5.	Написання аналітичної частини	05.06.2022-10.06.2022	
6.	Написання вступу та висновків	11.06.2022-12.06.2022	
7.	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді, передзахист	13.06.2022-14.06.2022	
8.	Проходження нормоконтролю, перевірка на плагіат, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедрі	15.06.2022-16.06.2022	

7. Дата видачі завдання: 23.05.2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Віктор СІБРУК

(підпис керівника)

(П.І.Б.)

Завдання прийняв(ла) до виконання _____ Іван СКЛЕЗЬ

(підпис здобувача)

(П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до випускної роботи «Використання потенціалу соціальних мереж в рекламних кампаніях та їх вплив на поведінку споживача (на прикладі ТОВ «Enjoy the Wood»)» 75 сторінок, 26 рис., 5 табл., 35 літературних джерел, додатків.

СММ, РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ, РИНОК ПОДАРУНКІВ ТА СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ, ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА, ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність в соціальних мережах підприємства «Enjoy the Wood» на ринку подарунків та сувенірної продукції України, а предметом – процес впливу потенціалу соціальних мереж в рекламних кампаніях на поведінку споживача на прикладі підприємства.

Метою випускної роботи є дослідження процесу впливу потенціалу соціальних мереж в рекламних кампаніях на поведінку споживача на прикладі підприємства на ринку подарунків та сувенірної продукції України.

Методи дослідження – історичні (при дослідженні теоретичних положень), економіко–статистичні (при оцінці сучасного стану ринку пива і діяльності підприємства); маркетингово–моніторингові (аналіз впливу факторів на показники маркетингової діяльності).

Методологічну основу дослідження склали наукові публікації вітчизняних та закордонних вчених і фахівців з маркетингу, дані статистичних джерел, мережа Інтернет, періодичні спеціалізовані видання.

Значущість виконаної роботи полягає у застосуванні сучасних підходів маркетингового аналізу для наступного планування заходів, спрямованих на удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані в якості основи для формування напрямкі оптимізації управління маркетинговою діяльністю підприємств за допомогою соціальних мереж на ринку подарунків та сувенірної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю: монографія. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. 2012. 249 с.
2. Гончар О.І., Поліщук І.І. Позиціонування маркетингового потенціалу в системі управління підприємством. Структурна модернізація економіки: прогнозні сценарії та перспективи розвитку регіону: монографія / за газ. ред. М. В. Шарко. Херсон: ПП Вишемирський В.С. 2018. С. 189-197
3. Грушевська Ю. А. Інтегровані маркетингові комунікації. Реклама і зв'язки з громадськістю: навчально-методичний / Ю. А. Грушевська. Одеса. 2021. С. 100.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Єрмошенко М. М. Маркетинговий менеджмент. Київ: НАУ, 2011. 204с.
6. Єфімова Г. З. Соціальні мережі як елемент соціально-економічного розвитку постіндустріального суспільства / Г. З. Єфімова, Є. В. Зюбан // Інтернет-журнал «Наукознавство». - 2015. - Т. 7. - №6. [Електронний ресурс]. – <http://naukovedeni.ru/PDF/118EVN615.pdf> (дата звернення: 30.04.2022)]
7. Жегус О. Маркетингові дослідження: навчальний посібник Х.: ФОП Іванченко І.С. 2016. С. 237.
8. Ігнат'єва І. В. Маркетинг соціальних мереж як інструмент просування / І. В. Ігнат'єва, І. І Зедгенізова // Інновації та інвестиції. - 2019. - № 7. - С. 125-129.
9. Касич А. О. Харькова Ж. В. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць. 2016. №3 С. 79–85.
10. Коноплянникова М. А. Управління маркетинговою діяльністю. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 332–336.
11. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібн. Умань : Візаві, 2018. 190 с.
12. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг-менеджмент. Харків: Фоліо, 2015.

800 с.

13. Кравчук О. Ю., Янковець Т. М. Інтегровані маркетингові комунікації в просуванні бренду послуг. Редакційна колегія. 2021. № 1. С. 165.

14. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми. КНЕУ, 2012. 245 с.

15. Крамар В. В. Основи рекламної діяльності. Львів: Кафедра менеджменту ЛТЕУ, 2017. 265 с.

16. Маркетинг : навч. посіб. / С. В. Ковальчук та ін. ; за наук. ред. Ковальчук С. В. Львів : Новий світ-2000, 2018. 686 с.

17. Маркетингові комунікації : навч. посіб. / П. В. Захарченко та ін. Київ : КНУБА, 2016. 150 с.

18. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т.В. Князева, Ю.П. Колбушкін, С.В. Петровська, С.Ф. Смерічевський, В.Л. Сібрук. К. : НАУ, 2019. – 164 с.

19. Офіційний сайт компанії Enjoy The Wood URL: <https://enjoythewood.ua/>

20. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів; пер. з англ.: І. Ємельянова, І. Гнатковська. Київ : Наш формат, 2019. 622 с.

21. Решетілова Т.Б. Довгань С. Маркетингові дослідження: підручник. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с.

22. Сіняява, І. М. Романенкова О. Н. Маркетинг: підручник для академічного бакалаврату . 3-є изд., Перераб. і доп. 2017. С. 65-85.

23. Синькевич Н. І. Економічний аналіз: курс лекцій. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 97 с.

24. Спіріна М.В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 8. С. 176-182.

25. Третяк О. А. Маркетинг: нові орієнтири моделі управління: Підручник. М.: ИНФРА-М, 2019. 403с.

26. О.Я. Ярмолюк, Фісун Ю.В., Шаповалова А.А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. Підприємство та інновації. Науковий журнал

з питань економіки та бізнесу. – 2020. – №11. Частина 2. – С. 62-66.

27. Ярошенко А.С. Основні методи управління асортиментом продукції. Харків: Фоліо, 2015. 132 с.

28. Matthews L. Social Media and the Evolution of Corporate Communications / L. Matthews // The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. – 2010. – Vol. 1. – №1. – P. 17-23.

29. Neuman R. The Future of the Mass Audience / R. Neuman. Cambridge University Press, 1991. 220 p.

30. Trattner, C., Kappe, F.: Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study. International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC), 2012.

31. What is Social Media Marketing. Search Engine Land. Дата обращения: 11 января 2012. Архивировано 28 октября 2012 года.

32. E-commerce Report Global. URL: <https://rau.ua/ecommerceuk/e-commerce-report-global-2019/>

33. Craft and handmade industry stats and trends. 2018. URL: <https://wunderlabel.com/blog/p/craft-handmade-industrv-stats-and-trends> (Last accessed: 27.04.2022).