

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.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

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

Тема: «Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування
продукції на прикладі підприємства ТОВ «Пілігрім»»

Виконавець: Марусіч Богдан Сергійович

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

Нормоконтролер: к.е.н., доцент Божок Анастасія Романівна

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 кваліфікаційної роботи
Марусіча Богдана Сергійовича

(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукції на прикладі підприємства ТОВ «Пілігрім»» 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 ПрАТ «Карлсберг Україна на ринку пива»; висновки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: комплекс маркетингу; динаміка виробництва і реалізації турів; ринкові частки туристичних операторів; радар конкурентоспроможності основних гравців туристичного ринку; цінові сегменти туристичного ринку; виробнича структура підприємства ТОВ «Пілігрім»; економічні показники ТОВ «Пілігрім»;

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 _____ Богдан МАРУСІЧ

(підпис здобувача)

(П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукції на прикладі підприємства ТОВ «Пілігрим»» 87 сторінок, 23 рис., 4 табл., 35 літературних джерел.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, СОЦІАЛЬНИЙ МЕДІА МАРКЕТИНГ, ТУРИСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ, ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ.

Об'єктом дослідження є складові комплексу медіа маркетингу підприємства на ринку туристичних послуг України, а предметом – підходи до просування продукції за допомогою медіа маркетингу.

Метою випускної роботи є дослідження елементів медіа маркетингу та просуванні продукції підприємства на ринку туристичних послуг 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 способів оптимізації управління комплексом медіа маркетингу підприємств на ринку туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gaworecki W.W. Turystyka / W.W. Gaworecki. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. - 385 s. 9, с. 18
2. Population seven billion: UN sets out challenges. [Electronic resource]. - Mode of access <https://www.bbc.com/news/world-15459643>.
3. Rieger A. Management von Destinationen und Tourismusorganisationen. - Munchen, Wien, Oldenburg, 1997.; Roth P., Schrand A. Touristik-Marketing. - Munchen: Vahlen, 1995.
4. UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition. [Electronic resource]. - Mode of access https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2015.pdf. 12, с. 14-15
5. UNWTO Tourism Highlights, 2012 Edition. - 16 с
6. UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition. - 16 с 8, с. 5
7. Вертелева О. Електронний маркетинг туризму в контексті глобальних викликів / О.Вертелева // Економіка та держава.- 2010.-№ 1.-С. 38-42.
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. - Київ: Лібра, 2002. - 705 с.
9. Гур'єва І. М. Розвиток туризму в Україні: проблеми й перспективи/ Ірина Гур'єва, Світлана Хитяних// Фінансовий контроль. - 2011. - №1. - С. 17-22. 7, с. 118
10. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. Дурович А.П. Маркетинг в туризмі: Учебное пособие. - Минск: Новое знание, 2003. - 496 с.].
12. Закон України "Про туризм", № 324/95-ВР. Редакція від 11.02.2015 р. [Електронний ресурс]. - Доступний з <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
13. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. М.: Финансы и статистика, 2000. - 256 с.,
14. Исмаев Д.К. Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. - М.: Луч, 1994. - 302 с.

15. Квартальнов В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. - М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2002. - 320 с.4, с. 24
16. Квартальнов В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. - М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2002. - 320 с. 4, с. 26-27
17. Курс лекций по маркетингу Омского государственного технического университета // [http://www.fos.ru/marketing/table2826.html.](http://www.fos.ru/marketing/table2826.html)]
18. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : монографія / О.О. Любіцева. - К. : Вид-во "Альтерпрес", 2002. - 436 с. 5, с. 11
19. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : монографія / О.О. Любіцева. - К. : Вид-во "Альтерпрес", 2002. - 436 с. 5, с. 8-10
20. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. - К. : Вид-во "Центр навч. літ-ри", 2004. - 272 с. 6, с. 22
21. Міністерство культури і туризму України "Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі" 2010 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=СВАССЕ6697D400A116E060EE2C513F8C>
22. Науковий вісник НЛТУ України. - 2016. - Вип. 26.6 4. Економічні проблеми макроекономічного та регіонального рівнів 257
23. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П.Р. Пуцентейло. - К. : Вид-во "Центр навч. літ-ри", 2007. - 344 с.
24. 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.
25. Офіційний сайт компанії Пілігрим - piligrim.ua
26. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: стат. зб. / Державна служба статистики України. - К., 2015. - 76 с. 13, с. 7
27. Уманська М.В., Петров С.В. 5ММ як елемент стратегії розвитку підприємства Міжнародний журнал гуманітарних і природних наук. - - Т. 2. -

№6. -С. 104

28. Яцюк Д. В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 7. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf77_2015/16.pdf. Дата звернення: 24.05.2022.

29. Родигин Л.А., Наймарк К.В. Экономическая эффективность Интернет-проектов в туризме, 2015. URL.: www.xn--clabmbzbn.xn--pdf. Дата звернення: 18.05.2022.

30. Social Media Marketing: детально про головне. URL: <https://itforcc.ua/uk7blog/social-mcdia-markcting-podrobno-o-glavnonv>. Дата звернення: 31.05.2022.

31. 98. UNDP Digital strategy - Future forward - United Nations. Development Programme. 2019. URL: <https://digitalstratcguy.undp.org>. Дата звернення: 29.05.2022.

32. 99. What is platform leadership? URL: <http://vwww.platformlcadrship.com>. Дата звернення: 29.11.2020.

33. 12 шагов создания БММ-стратегии. URL.: <https://smrnplanncr.com/blog/> Дата звернення: 25.05.2022.

34. 129. Найкращі БММ-інструменти 2020 року. URL <https://www.websiteplanet.com/uk/social-media-tools/>. Дата звернення: 15.05.2022.

35. 15 секретів просування instagram. URL <https://vcnwcb.com.ua/5-sckrctiv-prosuvannia-instagram/>. Дата звернення: 25.05.2022.