РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра

студентки Національної академії статистики, обліку та аудиту

Чоколової Світлани Валентинівни

Тема: «**Маркетинг і розвиток рекламних технологій у сучасних бізнес-процесах»**

Загальний обсяг роботи складає 66 сторінок

Містить 11 таблиць, 10 рисунків, 45 літературних джерела

Актуальність теми. В умовах ринкових принципів господарювання в Україні маркетинг отримує нові характеристики. Ринкове середовище ставить перед ним певні завдання, а їх зміст випливає з новітніх концепцій стратегічного розвитку в умовах маркетингової орієнтації на ринку. У ньому об'єктом особливої уваги стає маркетинг - основа впровадження маркетингових інструментів управління ринком, як центр забезпечення виробничо-фінансової роботи господарських суб'єктів.

Комунікаційні процеси в Україні стали більш впорядкованими. Проводячи аналіз даної теми, актуальною метою є отримання нових висновків про наступні шлях та можливі зміни, які наступають під час використання маркетингових технологій.

Для успішної роботи суб'єктів підприємницької діяльності, їх менеджери з маркетингу мають відповісти на життєво важливі запитання: що сподобаються клієнтам, як спрогнозувати попит? Не зважаючи на обґрунтоване та виважене управління суб'єктами підприємницької діяльності, а також на використання інновацій, інтегрування економічної теорії та прогресивних науково – технічних ідей є вчасним. Це зумовлює необхідність розроблення теоретичних засад формування інноваційних, управлінських та соціальних технологій, які створять умови для економічного розвитку підприємств та регіону, а також національної економіки.

Вищевикладене зумовило актуальність кваліфікаційної роботи бакалавра, визначило мету та завдання дослідження.

Мета кваліфікаційної роботи – виявлення для підприємства можливостей розвитку маркетингових та рекламних технологій у сучасних бізнес-процесах.

Об'єкт кваліфікаційної роботи – розвиток маркетингу та рекламних технологій.

Предмет кваліфікаційної роботи – сучасні бізнес-процеси в Україні та їх перебіг.

Використані методи наукового дослідження. У кваліфікаційній роботі бакалавра використано наступні методи наукового пізнання: як: аналіз; синтез; історико -логічний; статистичний аналіз, а також методи економіко-статистичного збору та обробки інформації.

У першому розділі досліджено теоретичні аспекти використання маркетингових та рекламних технологій в умовах глобалізації економіки; визначено сучасні тенденції digital marketing в Україні.

У другому розділі здійснено оцінку основних показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Цар-хліб»; проаналізовано особливості маркетингової політики в сучасних бізнес-процесах досліджуваного підприємства; вивчено основні засади використання сучасних рекламних технологій досліджуваним підприємством;

У третьому розділі розроблено та обґрунтовано шляхи вдосконалення маркетингових та рекламних технологій у бізнес- процесах ТОВ «Цар-хліб»; запропоновано маркетингові та рекламні інновації у бізнес-процесах досліджуваного підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає в обґрунтуванні рекомендацій щодо вдосконалення маркетингових та рекламних технологій у бізнес-процесах досліджуваного підприємства з метою підвищення ефективності його діяльності.

Ключові слова: маркетинг, реклама, маркетингові технології, рекламні технології, бізнес-процес, маркетингові інновації, рекламні інновації.

Студентка _____ С.В. Чоколова