

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра

студента Національної академії статистики, обліку та аудиту

Клименка Олексія Костянтиновича

Тема: «Управління рекламною діяльністю в міжнародному бізнесі»

Загальний обсяг роботи складає 95 сторінок

Містить 6 таблиць, 76 літературних джерел, 1 додаток.

Актуальність теми. Підвищення ефективності господарювання на підприємствах усіх галузей економіки у сучасних економічних умовах вимагає цілеспрямованого застосування комплексу маркетингу, в якому рекламна діяльність на зовнішніх ринках займає чільне місце. Рекламна діяльність на зовнішніх ринках є не лише індикатором свободи підприємницької діяльності, але й інструментом конкурентної боротьби та стимулювання попиту на товари. Реклама на зовнішніх ринках в системі маркетингової політики підприємства виступає найважливішим інструментом просування товару на зовнішні ринки. Вона здійснює безпосередній вплив на формування структури та динаміки попиту на світових товарних ринках. Це обумовлює актуальність дослідження реклами на зовнішніх ринках.

В сучасних умовах реклама є формою активного впливу на ринок. Використання цієї форми вимагає науково обґрунтованого планування реклами, постійного вдосконалювання механізму розробки і реалізації планів рекламної діяльності підприємства. Ефективність управління рекламною діяльністю на зовнішніх ринках, іншими словами — рекламного менеджменту, підприємства потребує визначення через кілька основних причин: оцінка допоможе керівництву підприємства відмовитися від використання неефективних рекламних засобів; шляхом вимірювання ефективності є більша вірогідність забезпечення зворотного зв'язку із цільовою аудиторією, а це дасть змогу визначити реакцію ринку на рекламні заходи підприємства; результати

оцінювальної діяльності допоможуть керівництву коригувати рекламну діяльність і завдяки цьому досягати маркетингових цілей з меншими витратами.

Метою магістерської роботи є дослідження шляхів удосконалення процесу управління рекламною діяльністю підприємства в міжнародному бізнесі.

Об'єктом дослідження є процес управління рекламною діяльністю підприємства "МАКДОНАЛЬДЗ ЮКРЕЙН ЛТД" в міжнародному бізнесі.

Предметом дослідження є сукупність всіх сторін створення рекламної кампанії, організації та аналізу процесу управління рекламною діяльністю підприємства в міжнародному бізнесі.

Методи дослідження. У процесі дослідження були застосовані такі наукові методи економічного дослідження: системного, логічного та історичного підходів, індукції та дедукції, систематизації і класифікації, групування, описовий та порівняльний методи, метод синтезу та аналізу, статистичний метод обробки даних, табличний та графічний методи.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вдосконаленні організації рекламних кампаній на зовнішніх ринках та пропозицій щодо оптимізації управління рекламною діяльністю «МакДональдз».

У першому розділі було розкрито сутність рекламної діяльності підприємства на зовнішніх ринках; охарактеризовано процес управління рекламною діяльністю підприємства; розглянуто методику оцінки ефективності рекламної діяльності підприємства.

У другому розділі була досліджено організаційно-економічну характеристику компанії «МакДональдз»; здійснено аналіз системи управління рекламною діяльністю компанії; визначено ефективність рекламної діяльності досліджуваної компанії.

У третьому розділі було розглянуто перспективні шляхи вдосконалення управління рекламною діяльністю компанії на основі Інтернет технологій та вдосконалення організації рекламних кампаній на зарубіжних ринках в цілому.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що висновки та пропозиції, які наведені у третьому розділі, можна застосувати до діючого підприємства та перевірити їх ефективність на практиці.

Ключові слова: рекламна діяльність, реклама, зовнішні ринки, етапи розробки рекламної кампанії, методи оцінки рекламної кампанії, аналіз системи управління рекламною діяльністю, реклама в інтернеті, заклад громадського харчування, значення реклами, «МакДональдз».

Студент _____

О.К. Клименко