

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра экономики и управления бизнесом

САКАВЕЦ

Вероника Александровна

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ОГТ-ГРУПП ТРЕЙД»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Л.П. Ермалович

Допущена к защите

«__» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой экономики и управления бизнесом

доктор экономических наук, профессор

_____ В.В. Пузиков

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы составляет 76 страниц. Работа содержит 18 рисунков, 17 таблиц. При написании дипломной работы использовано 46 источников.

РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ, ПРОДВИЖЕНИЕ НА РЫНОК, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРОВ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ PR-ИНСТРУМЕНТОВ.

В существующих экономических условиях действующие компании выбирают для себя различные рекламные стратегии. Некоторые из них снижают свою рекламную активность, иные же наоборот выбирают новые рекламные ходы и все большие средства закладывают на проведение промо-мероприятий, предпочитая говорить о себе больше, громче и активнее. Каждая стратегия должна соответствовать задачам конкретной компании.

Цель исследования – разработка стратегии рекламной деятельности в системе маркетинга предприятия.

Объект исследования – организация ООО «ОГТ-ГРУПП ТРЕЙД».

Предметом исследования является стратегия рекламной деятельности.

Цель и задачи исследования определяют структуру дипломной работы. Структуру работы составляют: введение, три главы, заключение и приложение.

РЕФЕРАТ

Об'єм дипломної праці складає 76 сторінок. Праця змешчає 18 малюнків, 17 таблиц. При написанні дипломної праці використано 46 джерел.

РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМНА СТРАТЕГІЯ ПРАДПРИЄМСТВА, МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ, ПРОДВИЖЕННЯ НА РИНОК, ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРІВ, КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА, ЕФЕКТИВНІСТЬ PR-ІНСТРУМЕНТІВ.

У існуючих економічних умовах діючі компанії вибирають для себе різні рекламні стратегії. Деякі з них зменшують свою рекламну активність, інші ж навпаки вибирають нові рекламні ходи і все більші засоби закладають на проведення промо-заходів, надаючи перевагу казати про себе більше, гучніше і більше активно. Кожна стратегія повинна відповідати завданням конкретної компанії.

Мета дослідження – розробка стратегії рекламної діяльності у системі маркетингу підприємства.

Об'єкт дослідження – організація ТОО «ОГТ-ГРУПП ТРЕЙД». Предметом дослідження є стратегія рекламної діяльності.

Мета і задачі дослідження визначають структуру дипломної роботи. Структуру роботи складають: вступ, три глави, заключення і додаток.

ABSTRACT

The volume of the graduate work is 76 pages. The work contains 18 figures, 17 tables. When writing a work used 46 sources.

ADVERTISING, MARKETING, PROMOTIONAL STRATEGY, MARKETING ANALYSIS, MARKET PROMOTION, PRODUCT PLACEMENT, CONTEXTUAL ADVERTISING, EFFECTIVENESS OF PR- TOOLS.

In the existing economic conditions, operating companies are opting for various promotional strategies. Some of them reduced their advertising activity, others on the contrary choose new advertising models and all great tools lay on the promotional activities, preferring to talk about themselves more, louder and harder. Each strategy must meet the needs of a certain company.

The purpose of the study is to develop a strategy of advertising activity in marketing system of the organization.

The research object is the organization LLC "OGT-GROUP TRADE". The subject of this study is a strategy of advertising activity.

Goal and objectives of the research determine the structure of the graduate work. Graduate work consists of three chapters, introduction, conclusion and appendix.