

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Пирожок Катерини Олександрівни
академічної групи 073-17зск -2
спеціальності 073 Менеджмент
на тему Використання PR-кампанії для підвищення ефективності діяльності
рекламного агентства (за матеріалами ПП «Рекламна агенція «Бастіон»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Амоша О.І.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Амоша О.І.			

Дніпро
2020

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

« 30 » квітня 2020 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студентці Пирожок К.О. академічної групи 073-17зск -2
спеціальності 073 Менеджмент
на тему Використання PR-кампанії для підвищення ефективності діяльності
рекламного агентства (за матеріалами ПП «Рекламна агенція «Бастіон»)
затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка»
від 20 травня 2020 р. № 269-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади формування стратегій рекламних агентств з використанням PR	02.05.2020 р. – 14.05.2020 р.
Дослідницько-аналітичний	Оцінка діяльності ПП «Рекламна агенція «Бастіон» у загальному розвитку рекламного ринку	15.05.2020 р. – 01.06.2020 р.
Рекомендаційний	Підвищення ефективності діяльності ПП «Рекламна агенція «Бастіон» шляхом використання PR-кампанії	02.06.2020 р. – 12.06.2020 р.

Завдання видано _____ Амоша О.І.
(підпис керівника)

Дата видачі « 30 » квітня 2020 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 17 » червня 2020 року

Прийнято до виконання _____ Пирожок К.О.
(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-17зск-2 спеціальності 073 Менеджмент
НТУ «Дніпровська політехніка»
Пирожок Катерини Олександрівни

на тему: Використання PR-кампанії для підвищення ефективності діяльності рекламного агентства (за матеріалами ПП «Рекламна агенція «Бастіон»)

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІНТЕРНЕТ-СТРАТЕГІЯ, ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНІ АГЕНТСТВА.

Структура роботи: 81 сторінка комп'ютерного тексту; 17 рисунків; 21 таблиця; 41 джерело посилання.

Об'єкт розроблення – процес використання PR-кампанії для підвищення ефективності діяльності рекламного агентства.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо використання PR-кампанії для підвищення ефективності діяльності рекламного агентства.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: проаналізовано інтернет-стратегії рекламного агентства; досліджено публік рилейшнз в Україні, стан, проблеми, перспективи; з'ясовано особливості PR-маркетингу як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємств; визначено особливості використання сучасних PR-технологій в управлінні проектами; надано загальну характеристику стану та перспектив формування рекламного ринку України; проаналізовано особливості функціонування та фактори, що впливають на РА ПП «Рекламна агенція «Бастіон»; проведено техніко-економічний аналіз основних показників діяльності підприємства; зроблено аналіз фінансового стану ПП «Рекламна агенція «Бастіон»; визначено напрями вдосконалення комплексу маркетингу ПП «Рекламна агенція «Бастіон»; оцінено результативність запланованих та проведених PR-кампаній підприємства.

Методи дослідження: горизонтальний, вертикальний, трендовий, коефіцієнтний і факторний аналіз.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для підприємств, що спеціалізуються на наданні рекламних послуг повного циклу, кур'єрських послуг; нестандартної реклами.

Сфера застосування – планування і організації PR-кампаній для контролю розподілу коштів протягом періоду проведення кампанії.

Економічна чи соціально-економічна ефективність – під час проведення PR-кампанії підприємство отримало доход у розмірі 1 155 645 грн.; ефект від проведення 3-х місячної PR-кампанії склав 1 039 415 грн., ефективність 10%.

Значимість роботи – при оцінюванні соняшникової олії «Олейна Преміум» в ТРЦ «Караван», м. Вінниця було зроблено покупок на суму 2,3 млн. грн. При такому рівні продажів ефект замовника від проведення PR-кампанії склав 1,1 млн. грн., тобто проведену PR-кампанію можна вважати ефективною і успішною в економічному плані.

ABSTRACT

Qualification thesis for bachelor degree
students of the group 073-17зск-2
Dnipro University of Technology
Pyrozhok Kateryna Oleksandrivna

on the topic: Using a PR campaign to increase the effectiveness of an advertising agency activity (based on the materials PE “Bastion” Advertising Agency”)

KEYWORDS: INTERNET STRATEGY, ADVERTISING AGENCIES, PUBLIC RELATION, ADVERTISEMENT.

Structure of the work: 81 pages of computer text; 17 drawings; 21 table; 41 reference source.

The object of development is the process of using a PR campaign to increase the effectiveness of the advertising agency.

The purpose of the qualification work is theoretical substantiation and development of practical recommendations on the use of PR-campaign to increase the efficiency of the advertising agency.

The main results of the bachelor's qualification work are as follows: the Internet strategy of the advertising agency is analyzed; researched public relations in Ukraine, state, problems, prospects; the peculiarities of PR-marketing as a tool to increase the competitiveness of enterprises are clarified; features of use of modern PR-technologies in project management are defined; the general characteristic of a condition and prospects of formation of the advertising market of Ukraine is given; the peculiarities of functioning and the factors influencing PE “Bastion” Advertising Agency” are analyzed; the technical and economic analysis of the basic indicators of activity of the enterprise is carried out; an analysis of the financial condition of PE “Bastion” Advertising Agency” was made; the directions of improvement of the marketing complex of PE “Bastion” Advertising Agency” are determined; evaluated the effectiveness of planned and conducted PR-campaigns of the enterprise.

Research methods: horizontal, vertical, trend, coefficient and factor analysis.

The results of the bachelor's qualification work are recommended for enterprises specializing in providing full-cycle advertising services, courier services; non-standard advertising.

Scope - planning and organization of PR-campaigns to control the distribution of funds during the campaign.

Economic or socio-economic efficiency - during the PR-campaign the company received income in the amount of UAH 1,155,645; the effect of the 3-month PR-campaign amounted to UAH 1,039,415, efficiency 10%.

Significance of the work - in the evaluation of sunflower oil "Oleyna Premium" in the shopping center "Caravan", Vinnytsia, purchases were made in the amount of 2.3 million UAH. At this level of sales, the customer's effect from the PR-campaign amounted to UAH 1.1 million, ie the conducted PR-campaign can be considered effective and economically successful.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні засади формування стратегій рекламних агентств з використанням PR	7
1.1 Інтернет-стратегія рекламного агентства	7
1.2 Паблік рилейшнз в Україні: стан, проблеми, перспективи	12
1.3 PR-маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств	15
1.4 Використання сучасних PR-технологій в управлінні проектами	18
2 Оцінка діяльності ПП «Рекламна агенція «Бастіон» у загальному розвитку рекламного ринку	25
2.1 Стан та перспективи формування рекламного ринку України	25
2.2 Особливості функціонування та оцінка факторів, що впливають на РА ПП «Рекламна агенція «Бастіон»	32
2.3 Техніко-економічний аналіз діяльності ПП «Рекламна агенція «Бастіон»	45
2.4 Аналіз фінансового стану ПП «Рекламна агенція «Бастіон»	53
3 Підвищення ефективності діяльності ПП «Рекламна агенція «Бастіон» шляхом використання PR-кампанії	64
3.1 Напрями вдосконалення комплексу маркетингу ПП «Рекламна агенція «Бастіон»	64
3.2 Оцінювання результативності запланованих та проведених PR-кампаній підприємства ПП «Рекламна агенція «Бастіон»	66
Висновки	74
Перелік джерел посилання	78