

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

ДОПУЩЕНО до захисту  
Завідувач кафедри, д.т.н., проф.  
\_\_\_\_\_ О.В. Чепелюк  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**РОЛЬ ДРУКОВАНОЇ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ В  
МАРКЕТИНГУ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА  
022 Дизайн**

|  |       |                                |
|--|-------|--------------------------------|
| Виконавець:<br>Студент групи 6Д1                         | _____ | <u>Сидоренко В.В.</u><br>(ПІБ) |
| Керівник:<br>Заслужений діяч мистецтв,<br>професор       | _____ | <u>Степанян Ю.Г.</u><br>(ПІБ)  |
| Консультанти з розділів:                                 |       |                                |
| Основний розділ<br>Заслужений діяч мистецтв,<br>професор | _____ | <u>Степанян Ю.Г.</u><br>(ПІБ)  |
| Розділ з маркетингових<br>досліджень<br>к.т.н., доцент   | _____ | <u>Власенко Н.А.</u><br>(ПІБ)  |
| Нормоконтроль<br>ст. викл.                               | _____ | <u>Сандік О.П.</u><br>(ПІБ)    |

**ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

**Кваліфікаційна робота магістра  
(пояснювальна записка  
до дипломного проекту)**

**МАГІСТР**  
(освітній ступінь)

**на тему: Роль друкованої рекламної продукції в  
маркетингу сучасних компаній**

Виконав: студент 2 курсу, групи 6Д1  
спеціальності

022 "Дизайн"

(шифр і назва спеціальності)

Сидоренко В.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник Заслужений діяч мистецтв,  
проф. Степанян Ю.Г.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Цапко Ю.М.

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Сидоренко В.В. Роль друкованої рекламної продукції в маркетингу сучасних компаній – Рукопис.**

Робота на здобуття освітнього ступеню магістра за спеціальністю 022 – Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2021.

Метою даного дослідження є проведення аналізу сучасного ринку рекламної друкованої продукції та визначення її ефективності в маркетинговому розвитку сучасної компанії. Актуальність дипломної роботи полягає в тому, що на даний час кожна компанія зацікавлена в тому, щоб ефективно просувати свою продукцію або послуги на ринку, а для цього необхідно визначити чи є ефективним для цього друкована рекламна продукція.

Дипломний проект складається із анотації, змісту, вступу, п'яти розділів, загальних висновків, додатків та списку використаних джерел.

Перший розділ націлений на аналіз маркетингу та друкованої рекламної продукції в сучасному світі. Також в ньому сформовано мету та поставлено завдання дослідження. В другому розділі розглянуто аналогове середовище рекламної друкованої продукції та визначено основні критерії для її розробки. Третій розділ присвячено визначенню та аналізу основних рекламних носіїв, аналізу компанії, для якої розробляється рекламна продукція та визначення основних носіїв. В четвертому розділі коротко описано концепцію розробленої рекламної друкованої продукції з описом обов'язкових елементів. П'ятий розділ – маркетингові дослідження. Він націлений на комплексне опитування респондентів, стосовно їх уподобань в дизайні рекламної продукції.

**Ключові слова:** маркетинг, друкована рекламна продукція, дизайн, графічний дизайн, розвиток реклами.

Магістерська робота складається із 116 сторінок, з яких 60 сторінок чистого тексту, п'яти розділів, трьох додатків та 60 літературних джерел.

## SUMMARY

**Sydorenko V.V. The role of printed advertising products in the marketing of modern companies** - Manuscript.

Work to obtain a master's degree in specialty 022 - Design. Kherson National Technical University. Kherson, 2021.

The purpose of this study is to analyze the modern market of advertising printed products and determine its effectiveness in the marketing development of a modern company. The relevance of the thesis is that currently every company is interested in effectively promoting its products or services in the market, and to do this it is necessary to determine whether it is effective for this printed advertising products.

The thesis project consists of an annotation, table of contents, introduction, five sections, general conclusions, appendices and a list of sources used.

The first section focuses on the analysis of marketing and printed advertising products in the modern world. It also formed the purpose and objectives of the study. The second section considers the analog environment of advertising printed products and identifies the main criteria for its development. The third section is devoted to the definition and analysis of the main advertising media, the analysis of the company for which the advertising products are developed and the definition of the main media. The fourth section briefly describes the concept of the developed advertising printed products with the description of obligatory elements. The fifth section is marketing research. It is aimed at a comprehensive survey of respondents regarding their preferences in the design of advertising products.

**Key words:** marketing, printed advertising products, design, graphic design, advertising development.

The master's thesis consists of 116 pages, of which 60 pages of plain text, five chapters, three appendices and 60 references.

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| ВСТУП.....  | 9  |
| РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ   |    |
| ДОСЛІДЖЕННЯ.....  | 13 |
| 1.1. Маркетинг в сучасному світі.....   | 13 |
| 1.1.1. Основний комплекс маркетингових комунікацій.....   | 15 |
| 1.1.2. Реклама як одна з форм маркетингових комунікацій.....  | 18 |
| 1.2. Друкована реклама продукція в умовах сучасного світу.....  | 27 |
| 1.3. Формування мети та постановка завдань дослідження.....   | 28 |
| Висновки.....   | 29 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АНАЛОГОВОГО СЕРЕДОВИЩА.....  |    |
| 2.1. Принципи використання друкованої продукції сучасними компаніями.....                                   | 30 |
| 2.2. Визначення основних критерій для розробки рекламної продукції.....                                     | 36 |
| Висновки.....   | 49 |
| РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ ОСНОВНИХ РЕКЛАМНИХ НОСІЇВ.....   |    |
| 3.1. Перелік усіх можливих носіїв рекламної друкованої продукції.....                                       | 50 |
| 3.2. Аналіз діяльності компанії МАК Монополія, для якої розробляється рекламна продукція.....               | 56 |
| 3.2.1. Аналіз цільової аудиторії.....   | 56 |
| 3.2.2. Визначення найбільш виправданих варіантів носіїв рекламної продукції для компанії МАК Монополія..... | 57 |
| Висновки.....   | 57 |
| РОЗДІЛ 4. ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ.....   |    |
|   | 58 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.1. Визначення основної концепції та обов'язкових елементів на всіх варіантах рекламної продукції..... | 58  |
| 4.2. Розробка та короткий опис розроблених елементів рекламної продукції.....                           | 59  |
| Висновки.....   | 59  |
| РОЗДІЛ 5. ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....  | 60  |
| 5.1. Методологія складання анкети та проведення польових маркетингових досліджень.....                  | 60  |
| 5.2. Розрахунково – аналітичний розділ.....   | 62  |
| 5.3. Комплексний аналіз відповідей респондентів.....  | 62  |
| Висновки.....   | 66  |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....  | 67  |
| ДОДАТКИ.....  | 69  |
| Додаток А. Аналогове середовище.....  | 70  |
| Додаток Б. Розроблена рекламна продукція.....   | 95  |
| Додаток В. Анкетування потенційних споживачів.....  | 109 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....   | 112 |

## ВСТУП

Швидкі темпи глобалізації світової економіки, високий ступінь схожості товарів різних виробників та індивідуалізація запитів споживачів знижують ефективність цінових методів ведення конкуренції й застосування традиційних засобів маркетингу. У цьому зв'язку виникає необхідність використання інноваційних підходів у маркетингу. У теперішній час ефективне управління підприємством у будь-якому секторі економіки, при наявності конкуренції на ринку, засноване на маркетинговому підході. Вітчизняними підприємствами вже накопичений досить великий досвід використання окремих інструментів маркетингу, однак практично відсутній досвід цілісного використання маркетингової концепції. Варто відзначити, що діяльність у сфері маркетингу іноземних підприємств, як правило, здійснюється в рамках єдиної концепції.

Розвиток сучасної компанії ґрунтується на складному та багатогранному процесі. І одним із важливих факторів є розповсюдження реклами серед потенційних споживачів. На сьогоднішній час існує безліч способів подання рекламної інформації: друкована продукція, соціальні мережі, інтернет магазини, борди і т.п. Хоча суспільство просунулося вже достатньо далеко в Internet середовищі, друкована реклама продукція не здає своїх позицій та навіть на даний час продовжує користуватися попитом та є ефективним розповсюдником рекламної інформації серед суспільства. Тому, метою даного дослідження є проведення аналізу сучасного ринку рекламної друкованої продукції та визначення її ефективності в маркетинговому розвитку сучасної компанії. Для реалізації поставленої мети в роботі необхідно виконати наступні завдання:

- сформулювати предметне поле дослідження на основі аналізу маркетингового середовища та друкованої рекламної продукції в сучасному світі;

- проведення аналізу аналогового середовища та визначення основних принципів використання друкованої продукції сучасними компаніями;
- на основі проведеного аналізу аналогового середовища, виділити основні рекламні друковані носії та їх ефективність як розповсюджувача рекламної інформації серед потенційних споживачів;
- визначення найбільш виправданих варіантів носіїв рекламної продукції;
- на основі проведеного дослідження, розробити повний комплект друкованої рекламної продукції для певної компанії, враховуючи усі результати проведених аналізів;
- провести маркетингові дослідження стосовно розробляемого об'єкту, на основі складання анкети та проведення польових маркетингових досліджень.

Актуальність дипломної роботи полягає в тому, що будь-яка сучасна компанія зацікавлена в ефективній роботі та просуванні товару або послуг які вони можуть представити. В даній роботі буде проведено аналіз сучасної друкованої рекламної продукції та визначено її ефективність в маркетинговому розвитку сучасних компаній.

Методи дослідження. Структурний аналіз використано при дослідженні предмету проектування, аналогів та прототипів колекцій відомих дизайнерів. Описовий – використано під час формування результатів аналізу та висновків, опису виконання етапів роботи та аргументації прийнятих рішень. Під час виконання пошукової ескізної роботи, розробки зображень та підготовці проектно-графічної частини, використано графічний аналіз. При роботі з візуальними матеріалами застосовано предметно-аналітичний метод, а для збирання, систематизації та узагальнення науково-літературних джерел використаний літературно-аналітичний метод.



Практичне значення одержаних результатів - отриманий у процесі досліджень матеріал використаний при дизайн – проектуванні та реалізації друкованої рекламної продукції для компанії яка займається оптовими продажами МАК «Монополія». Графічний матеріал представлено у додатках.

Методологія роботи: класифікація основних напрямів сучасного промислового дизайну та дослідження його впливу на споживчу поведінку при здійсненні вибору та придбання промислових товарів.

Структура роботи. Дипломна робота складається з пояснювальної записки, розробленої та роздрукованої рекламної продукції та проектно-графічної частини. Пояснювальна записка обумовлена актуальністю, метою, методами, методологією і завданням дослідження і складається зі вступу, п'яти розділів, шістнадцяти підрозділів, висновків, додатків та списку використаних джерел (60 позицій). Загальний обсяг тексту дипломної роботи складає 114 сторінок, з яких 60 сторінок основної частини тексту.

Перший розділ «Формування предметного поля дослідження», передбачає в собі визначення функції маркетингу в сучасному світі, визначення основного комплексу маркетингових комунікацій та реклами як однієї з форм маркетингових комунікацій. Також в даному розділі проведено аналіз друкованої продукції в умовах сучасного світу та сформовано мету на основні завдання дипломної магістерської роботи. Даний розділ займає сімнадцять сторінок друкованого тексту, до нього відносяться рисунки з додатку А, а також двадцять три літературних джерела. Розділ має в собі п'ять підпунктів.

Другий розділ наукової роботи має назву «Аналіз аналогового середовища». Він передбачає проведення аналізу аналогового середовища та визначення основних принципів використання друкованої продукції сучасними компаніями. Також в даному розділі визначено основні критерії для розробки рекламної продукції. Другий розділ пояснювальної записки

займає двадцять сторінок друкованого тексту, до нього відносяться двадцять сім літературних джерел та рисунки з додатку А, в ньому також наявні два підпункти.

«Визначення та аналіз основних рекламних носіїв» - таку назву має третій розділ дипломної роботи. Він займає вісім листів друкованого тексту та вісім літературних джерел, та чотири підпункти. Даний розділ передбачає перелік усіх можливих носіїв рекламної друкованої продукції та визначення найбільш виправданих варіантів носіїв рекламної продукції.

Четвертий розділ дипломної роботи має назву «Практичне значення отриманих результатів дослідження». В даному розділі представлено основну концепцію та обов'язкові елементи у всіх елементах рекламної продукції, визначено перелік основних вибраних елементів рекламної продукції. А також розроблено та представлено основний пакет друкованої рекламної продукції для компанії яка займається оптовими та роздрібними продажами МАК «Монополія» з коротким описом кожної з елементів рекламної продукції. Даний розділ займає дві сторінки друкованого тексту, до нього відносяться чотирнадцять літературних джерел, розділ має два підпункти, а також рисунки з додатку Б.

П'ятий розділ «Проведення маркетингових досліджень» направлений на методологію складання анкети та проведення польових маркетингових досліджень, на основі цього передбачено аналіз комплексних відповідей респондентів. Даний розділ займає сім сторінок друкованого тексту, має посилання на два літературні джерела, містить у собі три підпункта та до нього відносяться матеріали в додатку В.