

**ФАКУЛЬТЕТ** Економіки і управління  
**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ** 075 Маркетинг  
**ОСВІТНЯ ПРОГРАМА** Маркетинг  
**ТЕМА ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ** Формування комунікативної стратегії організації за матеріалами рекламного агентства «Пропозиція», м. Житомир  
**ПП студента** Любчак Олена Павлівна  
**ПП керівника** Тельнов Анатолій Сергійович  
**Рік захисту** 2019 р.

### **АНОТАЦІЯ**

Розглянуто трансформацію маркетингових комунікацій та їх складових у сучасному трактуванні, проаналізовано загальнотеоретичні підходи до формування комунікативної стратегії організації.

Здійснено аналітичний огляд комунікативної діяльності рекламного агентства на ринку маркетингових комунікацій України, подано характеристику діяльності рекламного агентства «Пропозиція», м. Житомир.

Досліджено можливості застосування рейтингових та нових рекламних носіїв у діяльності рекламного агентства, SWOT-аналіз рекламного агентства «Перспектива».

Обґрунтовано напрями удосконалення комунікативної стратегії організації за матеріалами рекламного агентства «Пропозиція», м. Житомир, запропоновано методичні підходи до формування інтернет-стратегії рекламного агентства, висвітлено практичні аспекти реалізації інтернет-стратегії рекламним агентством.

В роботі удосконалено науково-методичні підходи до формування та реалізації комунікативної стратегії рекламного агентства за використання інтернет-маркетингу, що на відміну від існуючих базуються на етапізації інтернет-стратегії.

**Ключові слова:** маркетинг, стратегія, комунікативна стратегія, реклама, рекламне агенство, маркетингові дослідження, ринок маркетингових комунікацій.

**Публікації:** збірник тез доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» (28-30 листопада 2019 року, м. Хмельницький – смт Сатанів).