

*Міністерство освіти і науки України  
Державний вищий навчальний заклад  
«Національний гірничий університет»*

## **Маркетинг очима студентів**

Матеріали

69-ої студентської науково-практичної конференції

«Тиждень студентської науки»

по секції “ Маркетинг”

травень 2014 р.

*м. Дніпропетровськ*

**2014 р.**

Маркетинг очима студентів: Матеріали 69-ої студентської науково-практичної конференції. - Дніпропетровськ, Державний ВНЗ «НГУ», 2014. – с. 55

Відповідальна за випуск: науковий керівник Центру маркетингових технологій,  
завідуюча кафедрою маркетингу

Т.Б. Решетілова, д.е.н. професор.

Друкується в редакційній обробці укладачів

© ДВНЗ «Національний гірничий університет», 2014

## ЗМІСТ

Батрак Д.Ю.	ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ МАГАЗИНУ ВЗУТТЯ «RESPECT YOURSELF»	5
Білан Т.І.	НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ «ЄВА»	6
Білянська Т.Л.	МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	8
Бондар О.О.	ФОРМУВАННЯ ПРОФІЛЮ СПОЖИВАЧА ЛИЦЬОВОЇ КЕРАМІЧНОЇ ЦЕГЛИ НА РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	9
Будзинська Н.М.	ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАПЕРЕВАГ ПОТЕНЦІЙНИХ СПОЖИВАЧІВ У ПРОЦЕСІ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	10
Виходцева К.А.	МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ОСНОВА ПОБУДОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МАГАЗИНУ КОСМЕТИКИ «КЛЕОПАТРА»	11
Довбня О.К.	АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РИНКОВОГО РОЗВИТКУ ВНЗ В УМОВАХ УКРАЇНИ	12
Дорофєєва Н.А.	ИСЛЕДОВАНИЯ РЫНКА КАНЦТОВАРОВ И СПРОСА НА ТОВАРЫ ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА	14
Золотухина А.А.	СТРАТЕГИЯ ГЛУБОКОГО ПРОНИКНОВЕНИЯ НА РЫНОК ПРОГРАММНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ АПТЕК	15
Іваницька Т. А. Іванова А. Є.	СЕГМЕНТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ САЛОНУ КРАСИ ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МІСЦЯ РОЗТАШУВАННЯ НОВОГО МАГАЗИНУ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ МЕРЕЖІ «АКВАРЕЛЬ-Н»	16 18
Іващенко Т.А.	ЗІСТАВЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТОВАРІВ РІЗНИХ БРЕНДІВ	20
Колосова А.О.	ФОРМУВАННЯ МЕДІАПЛАНУ ДЛЯ БУДИНКУ ВЕСІЛЬНОЇ МОДИ	21
Корінна Ю. С.	ВИБІР МЕДІАНОСІЇВ ДЛЯ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ ВЕСІЛЬНОГО САЛОНУ «LA NOVIA COUTURE»	23
Левченко О.О.	СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ В МАГАЗИНІ АТБ-МАРКЕТ «ПРОДУКТИ-25»	24
Литвинович О.О.	СТРАТЕГИЯ ВывЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА ПРОМИСЛОВИЙ РИНОК	25
Лосєва М.В.	ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОСТУ ДЛЯ ЗАТ «ІСТА-ЦЕНТР»	25
Лубенец М. В.	ВЛИЯНИЕ «ЗЕЛЕНОГО» МАРКЕТИНГА НА ВЕДЕНИЕ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА	26
Манко Д.Е.	ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАРФУМЕРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	27
Мунтян А.О.	ДОСЛІДНИЦЬКА ФУНКЦІЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	29
Орлова А.А.	ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КОНТЕКСТЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	31

Осіна А.С.	ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СКЛАДАННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ МЕРЕЖІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	32
Павлик Л.С.	РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ	34
Палій А.І.	СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЇ МАРКИ	35
Попова А.Р.	ОБґРУНТУВАННЯ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК НОВОЇ ПОСЛУГИ ЗАСОБАМИ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ	36
Смолякова А.	КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ ТОВ «БІОНАЙМ УКРАЇНА»	38
Сокурєнко А.С.	СТРАТЕГІЯ РАЗВИТИЯ ТОВАРА КАК ОСНОВА	
Шпинєв А.Д.	КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	39
Старовойда В.А.	ВИБІР СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ МАТРИЦІ Д. АБЕЛЯ	40
Тєртичний О.С.	ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СКЛАДАННЯ МЕДІАПЛАНУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА ПО ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛЕЙ	42
Ханафєрова И.Г.	АНАЛИЗ ЭЛАСТИЧНОСТИ РЕАКЦИИ КОНКУРЕНТОВ НА РЫНКЕ КИСЛОМОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЗЛАГОДА»)	43
Цєбенко А. В.	ИЗУЧЕНИЕ МЕДИА-ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ	44
Чмельова Х.Б.	АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА МЕБЛЕВОМУ РИНКУ м. ДНІПРОПЕТРОВСЬК	46
Шєвченко Т.М.	ПРОСУВАННЯ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	47
Штепенко Є.Г.	ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМКІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ЗАТ «ЕДЕМ» НА РИНКУ ШПАЛЕР	48