

**Міністерство освіти і науки України**  
**Державний торговельно-економічний університет**  
**Вінницький торговельно-економічний інститут**

Кафедра маркетингу та реклами

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«КОНЦЕПЦІЯ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНОГО  
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ»**  
(за матеріалами ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ  
«ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОПРОДУКТИ», м. Хмельницький)

Здобувача вищої освіти  
2 курсу, групи МР-21з(м),  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
освітньої програми «Маркетинг»  
заочної форми навчання

Лізи ПОЦЛУЙКО

Науковий керівник  
доктор економічних наук,  
професор

Ірина ПОЛІЩУК

Гарант освітньої програми  
доктор економічних наук,  
професор

Ірина ПОЛІЩУК

Вінниця 2022

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНЦЕПЦІЇ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ</b> .....	6
1.1 Бренд-менеджмент як сучасна стратегія розвитку підприємства .....	6
1.2 Особливості концепції бренд-менеджменту торговельного підприємства	10
<b>РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ТОВ «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОПРОДУКТИ»</b> .....	15
2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Європейські Екопродукти» .....	15
2.2 Аналіз стратегії та комплексу маркетингу ТОВ «Європейські Екопродукти» .....	21
<b>РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ТОВ «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОПРОДУКТИ» В УМОВАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ</b> .....	32
3.1 Сучасні підходи створення концепції бренд-менеджменту та їх оцінка в умовах маркетингової орієнтації на ТОВ «Європейські Екопродукти» .....	32
3.2 Удосконалення концепції бренд-менеджменту ТОВ «Європейські Екопродукти» .....	39
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	44
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	47
<b>ДОДАТКИ</b> .....	52

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В., Балабанова І. В., Балабаниць А. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства: навч. посіб. Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. 301 с.
2. Бондаренко В. М., Поліщук І. І., Шарко В. В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с.
3. Власенко О.О. Новітні підходи до створення нового бренда та виведення його на ринок. *Проблеми науки*. 2015. № 2. С.39–42.
4. Влащенко Н. М. Сіті-брендінг: навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151 с.
5. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту. *Маркетинг в Україні*. 2009. № 4. С. 52–55.
6. Гевчук А. В., Поліщук Н. В., Танасійчук А. М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М. Маркетинг: навч. посіб. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 290 с.
7. Головащенко А. В. Еволюціонування концепцій бренд-менеджменту. *Економічні науки*. 2014. № 5. С. 163–166.
8. Гранат Л. В. Типологізація підприємств роздрібної електронної торгівлі в системі брендінгу. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 4. С.76–81.
9. Данько І. Н. Брендінг як напрямок вдосконалення рекламної стратегії рекламного підприємства. *Бізнес-інформ*. 2013. С. 129–134.
10. Іванова Н.С. Сучасний менеджмент у схемах і таблицях: навчальний посібник. Кривий ріг: ВИДАННЯ, 2021. 281 с.
11. Какодей А. О. Формування бренду в сучасних умовах товарного ринку. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 1. С. 76–79.
12. Кендюхов А. В., Файвішенко Д. С. Оцінювання ефективності бренд-менеджменту на основі бенчмаркінгу. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 11 (137). С. 131–137.

13. Ковальчук К. В. Принципи формування конкурентоспроможного бренду на міжнародних ринках. *ХНЕУ ім. Кузнеця*.
14. Ковінько О. М., Ковальчук С. В., Шевченко Н. О. Управління брендами у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2018. С. 114–121.
15. Козуб В. О., Кандзюба Є. Р. Удосконалення стратегії брендингу у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 12th International scientific and practical conference*. 2022. С. 616–622.
16. Кузнєцова К. О. Бренд-менеджмент: конспект лекцій. К.: ВИДАННЯ, 2020. 76с.
17. Лагута К. О. Історія брендингу. *Економіка інноваційної діяльності підприємств*. 2018. С. 291–292.
18. Любчук В. Бренд-менеджмент як вид управлінської діяльності. *Соціологічні студії*. 2020. № 1 (16). С. 57–63.
19. Македон В. В. Визначальна роль міжнародного брендингу в стратегічному розвитку маркетингу сучасних транснаціональних корпорацій. *Економічні науки*. 2020. № 40. С. 5–12.
20. Мельниченко О. Управління брендами в сучасних умовах: виклики воєнного часу та перспективи. *Економічні науки*. 2022. № 2. С. 24 – 29.
21. Микола Івахнюк, Володимир Олійник. Формування стратегії розвитку бренду підприємства. *Наука. Освіта. Молодь*. 2015. № 1. С. 129–130.
22. Оврачук М. П. Глобалізація брендів в сучасних умовах. *Фінансовий простір*. 2012. № 1(5). С. 13–18.
23. Офіційний сайт магазину «Mozzarella». *Про компанію*: веб-сайт. URL: <https://mozzarella.com.ua/company/> (дата звернення: 21.10.2022).
24. Пашенко О. П., Закапко О. І., Борушак Н. О. Теоретичні та практичні аспекти бренд-менеджменту підприємств ресторанного господарства. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. № 1. С. 126–131.

25. Плисенко Г. П. Еволюція теорії брендингу як фактор формування конкурентних переваг на ринку освітніх послуг. *Економічні науки*. 2016. № 18. С. 38–40.
26. Поведінка споживачів / Замкова Н. Л., Поліщук І. І., Буга Н. Ю., Соколюк К. Ю. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200 с.
27. Поліщук І. І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством: монографія. Вінниця: ВРВ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 356 с.
28. Поліщук І. І. Моніторинг маркетингової діяльності підприємств на ринку послуг. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2014. № 2. С. 74 – 79.
29. Поліщук І. І. Територіальний брендинг – запорука соціально-економічного розвитку території. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології*: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.). Київ, 2021. С. 222–224.
30. Поліщук І. І., Ліпковська К. А., Сівакова К. О. Моніторинг маркетингової діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. С. 184 – 191.
31. Поліщук І. І., Поліщук Р. І. Концепція формування бренду в системі просування товару. *Economics, management, law: problems and prospects : Collection of scientific articles*. Vol. 2. Agenda Publishing House, Coventry, United Kindgdom, 2015. P. 300–303.
32. Поліщук І. І., Шарко В. В. Моніторинг діяльності промислових підприємств як фактор інтенсивності їх розвитку. *Економічні науки*. 2014. № 6 (3). С. 82–86.
33. Поцілуйко Л. М. Аналіз стратегії та удосконалення концепції бренд-менеджменту ТОВ «Європейські Екопродукти». *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: зб. матеріалів ІХ всеукр. наук.-практ. інтер.-конф., м. Вінниця, 2022. С. 532–538.
34. Поцілуйко Л. М. Бренд-менеджмент як сучасна стратегія розвитку підприємства. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*: зб. наук. праць XI всеукр. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 2022. С. 235–244.

35. Просяник О. П., Яресько К. В. Сучасний бренд-менеджмент у системі стратегічного управління підприємством в умовах посилення процесів диджиталізації. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2021. № 1. С. 61–66.
36. Ромат Є. В. Бренд-менеджмент: опорний конспект лекцій / ред. Т. Г. Верета. Київ: ЦПНМВ КНТЕУ, 2013. 90 с.
37. Ромат Є. В., Гранат Л. В. Бренд-стратегії підприємств роздрібної електронної торгівлі. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. С. 1–7.
38. Сільпо. Офіційний сайт: веб-сайт. URL: <https://silpo.ua/> (дата звернення: 16.10.2022).
39. Січко С. М. Бренд як інструмент сучасного бізнесу. *Економічний вісник НГУ*. 2008. № 1-2. С. 125 – 132.
40. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навчальний посібник. Тернопіль, ВИДАННЯ, 2015. 204 с.
41. Танасійчук А. М., Громова О. Є., Сіренко С. О. Засоби просування бренду в умовах рецесії. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. С. 9.
42. Тешева Л. В., Зеленський М. В. Розвиток та вдосконалення національного бренду України. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2022. № 3. С. 1–5.
43. Шевченко А. О., Стаднік А. І., Задорожна Р. П. Бренд-менеджмент як маркер ефективності в консалтингових та брокерських послугах. *Економіка та держава*. 2021. № 9. С. 68–73.
44. Шедякова Т. Е. Бренд-менеджмент як маркер ефективності сучасного підприємства. *Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2017. № 6. С. 129–132.
45. Шматько Н. М., Пантелєєв М. С., Кармінська-Белоброва М. В., Мирошник Т. О. Бренд-менеджмент в стратегічному управлінні підприємством. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. Харків, 2020. 6 с.

46. Яцентюк С. В. Створення ефективної бренд-архітектури підприємства: світовий досвід та українська практика. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2019. № 1. С. 110–116.
47. Яцюк Д. В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. *Інвестиції: практика та досвід*: веб-сайт. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/7\\_2015/16.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/16.pdf) (дата звернення: 12.10.2022).
48. Aaker D. *Building Strong Brands*. New York : Free Press, 1996. 400 p.
49. Davis S. M. *Brand Asset Management : Driving Profitable Growth through Your Brand*. – San Francisco : Jossey-Bass a Wiley Company, 2000.
50. Juha-Pekka Ropo *Brands and Branding Creating a Brand Strategy*: монографія. Tampere, 2009. 47 с.
51. Olga Gonchar, Nataliia Zamkova, Iryna Polishchuk, Yuriy Dovhan, Valentyna Sokolovska. Oil and Fat Business of Ukraine: Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. *European Journal of Sustainable Development*. 2020. № 4. С. 161.