|  |  |
| --- | --- |
| ЗМІСТ |  |
| ВступРозділ 1. Теоретичні аспекти організації маркетингової комунікаційної діяльності підприємства1.1 Сутність, цілі та принципи маркетингової комунікаційної діяльності підприємства1.2 Процес планування та організації маркетингової комунікаційної діяльності підприємства 1.3 Критерії оцінки економічної ефективності та результативності системи маркетингових комунікацій підприємстваРозділ 2. Аналіз організації маркетингової комунікаційної діяльності ТОВ "Калина- ІТ"2.1 Характеристика маркетингового середовища підприємства2.2 Аудит маркетингової комунікаційної діяльності підприємства2.3 Оцінка ефективності маркетингової комунікаційної діяльності підприємства Розділ 3. Шляхи удосконалення організації маркетингової комунікаційної діяльності ТОВ "Калина- ІТ"3.1 Визначення цільової аудиторії, цілей, стратегії та завдань маркетингової комунікаційної діяльності підприємства на майбутній період3.2 Організування рекламної кампанії підприємства3.3 Обґрунтування вибору засобів стимулювання споживачів та персоналу підприємстваВисновки Список використаної літератури Додатки |  |