|  |  |
| --- | --- |
| ЗМІСТ |  |
| Вступ  Розділ 1. Теоретичні аспекти організації маркетингової комунікаційної діяльності підприємства  1.1 Сутність, цілі та принципи маркетингової комунікаційної діяльності підприємства  1.2 Процес планування та організації маркетингової комунікаційної діяльності підприємства  1.3 Критерії оцінки економічної ефективності та результативності системи маркетингових комунікацій підприємства  Розділ 2. Аналіз організації маркетингової комунікаційної діяльності ТОВ "Калина- ІТ"  2.1 Характеристика маркетингового середовища підприємства  2.2 Аудит маркетингової комунікаційної діяльності підприємства  2.3 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 період  3.2 Організування рекламної кампанії підприємства  3.3 Обґрунтування вибору засобів стимулювання споживачів та персоналу підприємства  Висновки  Список використаної літератури  Додатки |  |