

УДК 658.338.1 (477)

Дяків О.А – ст. гр. БКмз-61

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

ВДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦЕНТРУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Бринза З.Ф.

Чому деякі реклами дають віддачу, а деякі повністю збиткові? Чому деякі компанії вкладають величезні кошти у рекламу, а деякі досягають успіху із зовсім незначними маркетинговими бюджетами? Чи взагалі можливо зробити так, щоб про ваш товар чи послугу всі знали, але при цьому не витратити таких шалених коштів, щоб увесь ваш бізнес ставити під загрозу?

Для ефективного просування товару на ринок та поінформованості споживачів про новий товар необхідно постійно впроваджувати інновації в маркетингових комунікаціях.

З метою ефективного просування продукції на ринок підприємствам доцільно постійно звертатись до інноваційних технологій в галузі реклами щоб поінформованість споживача не була застаріло-неефективна.

Термін «інновація» з'явився в XIX столітті, його використовували в культурології і означало воно «впровадження деяких елементів однієї культури в іншу». В науковий лексикон цей термін вперше ввів Й. Шумпетер, що в буквальному перекладі він означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу».

Маркетингові комунікації варто розглядати як управління процесом просування товару на всіх етапах - перед продажем, у момент продажу, під час споживання, після споживання.

На сьогоднішній день з'явилося багато інноваційних напрямків в маркетинговій діяльності. Зокрема це вірусний, партизанський, латеральний, маркетинг, crazy PR, life placement, storytelling, а також безмежна кількість інструментів маркетингу, які діють в глобальній мережі Інтернет.

Звісно, мало яке підприємство, займаючись і концентруючи свою увагу в основному на свою операційну діяльність зможе освоїти всі ці напрямки, чи хоча б деякі з них. Саме для цього існують маркетингові центри, завданням яких є не банальна поліграфія чи послуги з розміщення реклами, а роботи з привабливання споживача, якого на сьогоднішній день стає все важче здивувати. Саме для цього потрібні інновації в маркетинговій діяльності.

Отже, інноваційні методи інформування споживача про той чи інший вид товару або послуги дає можливість збільшити ринок споживачів та попит на той чи інший товар або послугу. Знайшовши ефективне середовище впровадження реклами ми тим самим відкриваємо нові можливості для себе.