Яцюк Дмитро Васильович. Управління рекламною діяльністю в системі брендингу на ринку продовольчих товарів : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2008

ЯцюкДВУправліннярекламноюдіяльністювсистемібрендингунаринкупродовольчихтоварів–Рукопис

Дисертаціяназдобуттянауковогоступенякандидатаекономічнихнаукзаспеціальністю–економікатауправлінняпідприємствамиКиївськийнаціональнийторговельноекономічнийуніверситетКиїв

ВизначеносутністьіособливостіуправліннярекламноюдіяльністюЗапропонованомодельуправліннярекламоювсистемібрендингуОбґрунтованоконцепціютапринципибрендорієнтованоїрекламноїдіяльностіДослідженорекламнуактивністьбрендівмінеральнихводздійсненокласифікаціюрекламнихстратегійтааналізстадійжиттєвогоциклубрендівРозробленопропозиціїщодоуправліннябрендорієнтованоюрекламноюдіяльністютаформуваннясистемибрендингунаринкупродовольчихтоварів

ВиявленосучаснітенденційрозвиткубрендингувУкраїнінаосновіякихсистематизованоіснуючіпідходидоформуваннятарозвиткубрендів

ОднієюзактуальнихтенденційрозвиткутеоріїбрендингуєформуваннябрендівяквсферівиробництватаківсферіторгівліСьогоднівеликіторговельнімережіформуютьвласнібрендианглщосприяєпідвищеннюконкуренціїіякнаслідокпідвищеннюефективностіуправліннябрендамиПрикладамитакихбрендівє„Премія”мережа„Сільпо”„Фуршет”мережа„Фуршет”„”мережа„”тощо