

## РЕФЕРАТ

Повна назва «Дослідження методів та моделей управління рекламною кампанією торгівельного підприємства».

Магістерська робота за фахом: 124 «Системний аналіз».

Студент гр. СА-20-1м ДДМА, Рябікіна Д.О. – Краматорськ, 2021.

Робота містить 130 стор.: 41 рис., 17 табл., 00 слайдів.

У першому розділі розглянуто поняття, види, принципи побудови та моделювання управління рекламною кампанією торгівельного підприємства, проведено аналіз методів та моделей для оцінювання ефективності рекламних проектів в контексті управління рекламною кампанією та розглянуто застосування методів прогнозування складових моделі управління рекламною кампанією.

У другому розділі розроблено концептуальні підходи та запропонована низка математичних моделей до управління рекламною кампанією.

У третьому розділі досліджено моделі прогнозування рекламного бюджету та визначені коефіцієнти матриці питомих витрат на рекламу, розроблено об'єктно-орієнтовану модель програмного забезпечення для управління рекламною кампанією.

У четвертому розділі описаний приклад роботи програмного забезпечення та здійснено розрахунок економічної ефективності розробки та реалізації програмного забезпечення для управління рекламною кампанією.

У п'ятому розділі були розроблені заходи щодо забезпечення безпечних і комфортних умов праці на робочих місцях.

Мета магістерської роботи: розробка концептуальних підходів до управління рекламною кампанією торгівельного підприємства для вдосконалення основних напрямів цієї діяльності через застосування математичних методів та за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення.

Об'єкт дослідження: управління рекламною кампанією.

Предмет дослідження: математичні методи та моделі управління рекламною кампанією.

У магістерській роботі використовується комплекс загальнонаукових методів: методи прогнозування та моделювання, системного аналізу, візуального моделювання, метод економіко-математичного моделювання; системного аналізу – при розробці концепції управління рекламною кампанією; візуального моделювання – при проектуванні системи управління рекламною кампанією підприємства; метод економіко-математичного моделювання – при визначенні економічної ефективності від впровадження програмного забезпечення; абстрактно-логічний метод – для теоретичного узагальнення та формулювання висновків.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому що удосконалені концептуальні підходи до управління рекламною кампанією торгівельного підприємства через використання математичних методів та прогнозування обсягу рекламного бюджету.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в розробці програмного забезпечення для управління рекламною кампанією торгівельного підприємства з урахуванням прогнозного значення обсягу рекламного бюджету.

УПРАВЛІННЯ, МОДЕЛЮВАННЯ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ,  
МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ КАМПАНІЄЮ, ПІДПРИЄМСТВО,  
МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ, ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПРОГРАМНЕ  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

## ABSTRACT

Full name «Disassembly of methods and models of management of advertising stone and trade equipment».

Master's work on the specialty: 124 «System analyse»

Student gr. SA-20-1m DSMA, Ryabikina D.O. – Kramatorsk, 2021.

The work contains 130 pages: 41 fig., 17 tab., 00 slides.

The first section discusses the concepts, types, principles of construction and modeling of advertising campaign management of a commercial enterprise, analyzes methods and models for evaluating the effectiveness of advertising projects in the context of advertising campaign management and considers the application of forecasting methods.

The second section develops conceptual approaches and offers a number of mathematical models for managing an advertising campaign.

In the third section the models of forecasting the advertising budget are investigated and the coefficients of the matrix of specific costs for advertising are determined, the object-oriented model of the software for the management of the advertising campaign is developed.

The fourth section describes an example of software operation and calculates the cost-effectiveness of software development and implementation for advertising campaign management.

In the fifth section, measures were developed to ensure safe and comfortable working conditions in the workplace.

The purpose of the master's work: development of conceptual approaches to the management of the advertising campaign of a commercial enterprise to improve the main directions of this activity through the use of mathematical methods and specialized software.

Object of research: management of an advertising campaign.

Subject of research: mathematical methods and models of advertising campaign management.

The master's thesis uses a set of general scientific methods: methods of forecasting and modeling, systems analysis, visual modeling, the method of economic and mathematical modeling; system analysis - in developing the concept of advertising campaign management; visual modeling - when designing the management system of the company's advertising campaign; method of economic and mathematical modeling - in determining the economic efficiency of software implementation; abstract-logical method - for theoretical generalization and formulation of conclusions.

The scientific novelty of the obtained results is that the improved conceptual approaches to the management of the advertising campaign of a commercial enterprise through the use of mathematical methods and forecasting the amount of the advertising budget.

The practical significance of the results of the study is to develop software for managing the advertising campaign of a commercial enterprise, taking into account the projected value of the advertising budget.

MANAGEMENT, MODELING, EFFICIENCY, ADVERTISING CAMPAIGN,  
ADVERTISING CAMPAIGN MANAGEMENT METHODS, ENTERPRISE,  
MATHEMATICAL MODEL, ECONOMIC EFFICIENCY, SOFTWARE

## РЕФЕРАТ

Полное название «Исследование методов и моделей управления рекламной кампанией торгового предприятия».

Магистерская работа по специальности: 124 «Системный анализ».

Студент гр. СА-20-1м ДГМА, Рябикина Д. О. – Краматорск, 2021.

Работа содержит 130 стр.: 41 рис., 17 табл., 00 слайдов.

В первом разделе рассмотрены понятия, виды, принципы построения и моделирования управления рекламной кампанией торгового предприятия, проведен анализ методов и моделей для оценки эффективности рекламных проектов в контексте управления рекламной кампанией и рассмотрены методы прогнозирования составляющих модели управления рекламной кампанией.

Во втором разделе разработаны концептуальные подходы и предложен ряд математических моделей для управления рекламной кампанией.

В третьем разделе исследованы модели прогнозирования рекламного бюджета и определены коэффициенты матрицы удельных расходов на рекламу, разработана объектно-ориентированная модель программного обеспечения для управления рекламной кампанией.

В четвертом разделе описан пример работы программного обеспечения и расчет экономической эффективности разработки и реализации программного обеспечения для управления рекламной кампанией.

В пятом разделе были разработаны мероприятия по обеспечению безопасных и комфортных условий труда на рабочих местах.

Цель магистерской работы: разработка концептуальных подходов к управлению рекламной кампанией торгового предприятия для усовершенствования основных направлений этой деятельности посредством применения математических методов и с помощью специализированного программного обеспечения.

Объект исследования: управление рекламной кампанией.

Предмет исследования: математические методы и модели управления рекламной кампанией.

В магистерской работе используется комплекс общенаучных методов: методы прогнозирования и моделирования, системного анализа, визуального моделирования, метод экономико-математического моделирования; системного анализа – при разработке концепции управления рекламной кампанией; визуального моделирования – при проектировании системы управления рекламной кампанией предприятия; метод экономико-математического моделирования – при определении экономической эффективности внедрения программного обеспечения; абстрактно-логический метод – для теоретического обобщения и формулировки выводов.

Научная новизна полученных результатов состоит в том, что усовершенствованы концептуальные подходы к управлению рекламной кампанией торгового предприятия через использование математических методов и прогнозирование объема рекламного бюджета.

Практическое значение получаемых результатов исследования заключается в разработке программного обеспечения для управления рекламной кампанией торгового предприятия с учетом прогнозного значения объема рекламного бюджета.

УПРАВЛЕНИЕ, МОДЕЛИРОВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИЕЙ, ПРЕДПРИЯТИЕ, МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ