

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



## **МАТЕРІАЛИ**

**XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ**

**РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

**УДК 330.34:005.35(477"20")**

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

## РОЛЬ РЕКЛАМНОГО ДИЗАЙНУ В УСПІШНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМПАНІЙ

Донець Л.Я., к.т.н., доц., Мунтян І.В., к.с.н., доц., Долинська О.О. асистент  
Одеський національний технологічний університет

Рекламний дизайн відіграє важливу роль в успішності маркетингових компаній. Він є ключовим елементом маркетингової стратегії, який допомагає привернути увагу споживачів, створити позитивне враження про бренд та спонукати до покупки. Ефективний рекламний дизайн має бути адаптований до різних медіаформатів та інтегрувати брендові елементи для підсилення впізнаваності бренду.

Знання та розуміння принципів рекламного дизайну дозволяють маркетологам та дизайнерам створювати потужні та ефективні рекламні кампанії. Аналіз результатів і постійне вдосконалення дозволяють адаптувати стратегію рекламного дизайну до мінливих потреб споживачів та ефективно конкурувати на ринку. Окрім того, зростаюча роль цифрових медіа відкриває нові можливості для рекламного дизайну. Використання анімації, інтерактивності та персоналізації розширює можливості створення ефективних рекламних матеріалів, які взаємодіють зі споживачами на більш глибокому рівні.

Рекламний дизайн включає в себе використання різноманітних елементів, таких як кольори, композиція, типографіка та графічні елементи, щоб передати повідомлення та привернути увагу споживачів. Основні принципи рекламного дизайну включають:

- кольори: вибір кольорів може впливати на настрій споживачів та їхню реакцію на рекламу. Наприклад, яскраві кольори можуть привернути увагу, тоді як ніжні та пастельні кольори можуть створювати враження спокою або надавати продукту відчуття елегантності;

- композиція: організація елементів на рекламному матеріалі впливає на спосіб, яким споживачі сприймають інформацію. Ефективна композиція має бути збалансованою, з фокусом на ключових елементах та легко сприйматися споживачами;

- типографіка: вибір шрифтів та їхнє розташування можуть впливати на сприйняття повідомлення. Наприклад, гарний та зрозумілий шрифт допоможе підкреслити важливу інформацію та полегшити читання;

- графічні елементи: використання візуальних елементів, таких як фотографії, ілюстрації або символи, може допомогти створити емоційний зв'язок зі споживачами та показати переваги продукту або послуги [1].

Окрім основних принципів рекламного дизайну, важливораховувати й інші аспекти, що впливають на успіх просування товарів та послуг.

1. Адаптація до медіаформатів. З урахуванням розширення медіа каналів, рекламний дизайн повинен бути адаптований до різних форматів, таких як друкована реклама, електронні рекламні банери, соціальні медіа, відео та інші. Кожен формат має свої особливості, і рекламний дизайн повинен бути оптимізований для ефективної комунікації в кожному з них.

2. Інтеграція брендівих елементів. Рекламний дизайн повинен включати брендіві елементи, такі як логотип, кольори, шрифти та графічні символи, для підсилення впізнаваності та створення єдиної ідентичності бренду. Це допомагає забезпечити консистентність і сприяє побудові довгострокових взаємин зі споживачами.

3. Тестування та вдосконалення. Рекламний дизайн не є статичним процесом. Важливо тестувати різні варіанти дизайну, проводити дослідження та аналізувати реакцію споживачів для вдосконалення ефективності рекламних матеріалів. Постійна оптимізація та вдосконалення допомагають досягти кращих результатів та відповідати мінливим потребам споживачів.

4. Етичність та відповідальність. Рекламний дизайн повинен дотримуватися етичних принципів і нести відповідальність за передачу точної та достовірної інформації споживачам. Рекламні матеріали повинні бути чесними, не обманувати та не порушувати права споживачів. Дотримання етичних норм та відповідального підходу допомагає зберегти довіру споживачів до бренду та підвищити його репутацію.

5. Аналіз результатів. Оцінка ефективності рекламного дизайну важлива для здійснення подальших вдосконалень. Використання метрик, таких як конверсії, взаємодії та поведінкові показники споживачів, дозволяє визначити, як ефективно рекламний дизайн впливає на результативність просування товару або послуги [2-3].

Важливо також зазначити, що рекламний дизайн не є самоціллю, але лише одним з елементів успішної маркетингової стратегії. Він має доповнювати і підтримувати інші маркетингові зусилля, такі як продуктова стратегія, ціноутворення, розповсюдження тощо [4].

**Висновки.** Рекламний дизайн відіграє важливу роль в успішності маркетингових компаній, створюючи ефективний і впізнаваний образ бренду, привертаючи увагу споживачів та створюючи емоційний зв'язок з ними. Він допомагає формувати бажання придбати продукт або скористатися послугою, а також забезпечує конкурентні переваги на ринку.

#### **Література:**

1. Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill Education. P. 325-358.

2. Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2019). Advertising & IMC: Principles and Practice. Pearson. P. 214-245.

3. Харчук О., Черевач С. Тенденції розвитку ринку реклами України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 20. С. 622–625.

4. Fill, C., & Turnbull, S. (2020). Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation. Pearson. P. 157-186.

13.	<i>Голод В.В., Євдокімова М.О.</i> ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ КАТЕГОРІЙ.....	45
14.	<i>Гордієнко Л.А., Пасічник Ю.В.</i> ЗАРУБІЖНА ФІНАНСОВА ДОПОМОГА ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ФЕРМЕРІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	49
15.	<i>Грищенко А.В.</i> ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	54
16.	<i>Гуркіна Н.А., Замлинський В.А.</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ .....	58
17.	<i>Добрянська Н.А., Черноусова С.С.</i> МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ У ГАЛУЗІ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ ПІДТРИМКИ СТАЛОСТІ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	62
18.	<i>Донець Л.Я., Мунтян І.В., Долинська О.О.</i> РОЛЬ РЕКЛАМНОГО ДИЗАЙНУ В УСПІШНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМПАНІЙ.....	65
19.	<i>Калишин Д.О., Куницька Н.Б.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКО-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	68
20.	<i>Кемза Р.Г., Євдокімова М.О.</i> НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	73
21.	<i>Кирюхін А.В., Афанасьєва О.К.</i> ПОТЕНЦІАЛ МОРСЬКОГО ПОРТУ ЧОРНОМОРСЬК В СИСТЕМІ ЕКСПОРТНИХ ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ АПК.....	76
22.	<i>Коваленко-Марченкова Є.В., Бут К.А.</i> CONCEPTUAL APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL INNOVATION SYSTEM.....	80
23.	<i>Корват О.В.</i> РОЗВИТОК ЦИФРОВИХ БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	84
24.	<i>Красногорська А.В., Савченко Т.В.</i> РОЛЬ СИТУАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ У ПРОСУВАННІ ПРОДУКТУ.....	88
25.	<i>Кулаковська Т.А., Випирайлов А.С.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	90