

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (агенція з контент-маркетингу для стартапів) і його маркетингове обґрунтування»

Студентки групи МАРК-42

Фелик Діани

Науковий керівник: кандидат економічних наук,

доцент Хрупович С.Є.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії: _____

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ:

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ АГЕНЦІЇ З КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СТАРТАПІВ	
1.1. Компанія та її продукти	5
1.2. Дослідження та аналіз ринку.....	6
1.3. Маркетинговий план.....	10
1.4. Операційний план.....	18
1.5. Управлінська команда.....	20
1.6. Фінансовий план.....	22
РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ.....	25
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31

ВСТУП

Актуальність обґрунтування економічної проблеми. Сучасні умови розвитку бізнесу вимагають від компаній не лише якісного продукту, але й ефективної комунікації з аудиторією. У світі, де інформаційний потік зростає щодня, контент-маркетинг стає одним із ключових інструментів залучення клієнтів, формування довіри до бренду та просування нових продуктів. Особливо це актуально для стартапів, які перебувають на ранніх етапах розвитку та потребують швидкого виходу на ринок, підвищення впізнаваності й залучення інвесторів.

В умовах цифровізації економіки та розвитку стартап-екосистеми в Україні зростає потреба у професійних агенціях, що можуть створювати контент, орієнтований на бізнес-цілі клієнта, з урахуванням галузевої специфіки та сучасних трендів digital-комунікацій. Зокрема, у Тернополі формується сприятливе середовище для появи таких ініціатив - завдяки активності локальних IT-компаній, коворкінгів і молодих підприємців.

Метою проєкту є розробка бізнес-плану агенції з контент - Boost media, яка спеціалізується на створенні стратегічного, текстового та візуального контенту для стартапів. Агенція покликана допомагати молодим компаніям формувати ефективну контент-стратегію, розвивати власний бренд і комунікувати зі своєю цільовою аудиторією через сучасні цифрові канали. У процесі роботи передбачається визначити основні напрями діяльності компанії, провести аналіз ринку контент-маркетингу в регіоні, сформувавши маркетингову стратегію розвитку, а також здійснити розрахунки основних фінансових показників, зокрема прогноз доходів, витрат, точки беззбитковості та періоду окупності.

Завданнями проєкту є:

- провести аналіз ринку контент-маркетингу в Тернополі, зокрема визначити попит серед стартапів на послуги створення контенту;
- дослідити конкурентне середовище та визначити потенційні ніші для нового гравця на ринку;

- розробити маркетингову стратегію Boost media, визначивши цільову аудиторію, канали просування та цінову політику;
- прорахувати основні фінансові показники бізнесу, включно з прогнозом реалізації послуг, точкою беззбитковості та періодом окупності інвестицій;
- визначити організаційну структуру компанії, кадрові потреби та обов'язки основних працівників.

Наукову базу роботи складають сучасні теоретичні підходи до цифрового маркетингу, контент-менеджменту та стратегічного управління комунікаціями, що ґрунтуються на працях провідних науковців і практиків у сфері маркетингу. Методологічну основу проєкту становлять методи фінансового аналізу, прогнозування, стратегічного планування, а також методи дослідження ринку, конкурентного середовища й поведінки споживачів. Емпірична база роботи включає статистичні дані про розвиток ринку маркетингових послуг у Тернопільській області, інформацію про стан локальної стартап-екосистеми, результати аналітичних оглядів і власні дослідження тенденцій у сфері контент-маркетингу.

РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ

ПРОЄКТУ АГЕНЦІЇ З КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СТАРТАПІВ

1.1. Компанія та її продукти

Компанія «Boost media» - це новостворена агенція, яка спеціалізується на контент-маркетингу для стартапів та молодих інноваційних компаній. Підприємство функціонуватиме у м. Тернопіль, де активно розвивається підприємницьке середовище та зростає попит на якісний маркетинг для нових бізнесів. Основна діяльність компанії зосереджена у галузі інтернет-маркетингу та digital-комунікацій, а саме - розроблення контент-стратегій, створення текстового, візуального та відеоконтенту, просування брендів через блогіві платформи, соціальні мережі та медіа.

Ключовими клієнтами агенції стануть стартапи, які прагнуть побудувати впізнаваність бренду, знайти свою аудиторію та сформувати довіру до продукту на ранніх етапах розвитку. Потенційні замовники - це команди в IT-сфері, освітні та креативні проєкти, онлайн-сервіси, екологічні ініціативи, бренди нових технологій та локальні підприємці, які запускають власні продукти.

Юридична форма власності - товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Такий статус забезпечує гнучкість управління, можливість залучення інвестицій та відповідальність у межах частки статутного капіталу.

Мета діяльності компанії - створення якісного, стратегічно продуманого контенту, який допомагає стартапам формувати сильний бренд, залучати інвесторів і клієнтів, а також утримувати їхню увагу в умовах високої конкуренції на ринку. Люди частіше купують у компаній, які вони знають і яким довіряють. Сильний бренд сприяє підвищенню лояльності клієнтів [8, с. 81–90].

«Boost media» пропонуватиме повний цикл контент-маркетингових послуг, спрямованих на ефективне просування стартапів:

- розробка контент-стратегії - аналіз цільової аудиторії, позиціонування бренду, визначення каналів комунікації.
- копірайтинг і сторітелінг - створення текстів для сайтів, блогів, медіа, email-розсилок, рекламних кампаній.
- візуальний контент - розроблення графічних матеріалів, інфографік, фото і відеопродакшн.
- контент для соціальних мереж - планування та ведення сторінок у Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok.
- PR та медіакомунікації - підготовка пресрелізів, статей для ЗМІ, партнерські публікації у профільних медіа.
- аналітика ефективності контенту - відстеження ключових показників, корекція стратегії відповідно до результатів.

Особливістю компанії стане вузька спеціалізація - робота саме зі стартапами. Це дозволить глибше розуміти їхні потреби, пропонувати гнучкі пакети послуг і створювати контент, який не просто рекламує, а розповідає історію розвитку бренду. Люди частіше купують у компаній, які вони знають і яким довіряють [1, с. 12-14].

1.2. Дослідження та аналіз ринку

Цільовою аудиторією «Boost media» виступають стартапи та молоді інноваційні проекти, що прагнуть швидко сформувати продуктову та інвестиційну історію, знайти перших клієнтів і підготувати якісні комунікації для ринку та потенційних інвесторів. До первинних споживачів належать:

Цю аудиторію доцільно поділити на такі сегменти:

1. Стартапи на етапі ідеї або запуску продукту.

Потреби: створення бренду з нуля, розробка айдентики, формування контент-стратегії для залучення перших клієнтів або інвесторів, побудова комунікацій у соціальних мережах.

2. Стартапи на етапі зростання.

Потреби: масштабування присутності в медіа, створення контенту для позиціонування на нових ринках, ведення блогів та новинних платформ, посилення бренду роботодавця для залучення фахівців.

3. Технологічні стартапи у сфері ІТ, тощо.

Потреби: розробка експертного контенту, який пояснює складні технологічні рішення простою мовою, кейсів, презентацій для інвесторів і контенту для платформ.

4. Креативні стартапи (медіа, дизайн, маркетинг).

Потреби: створення емоційного, візуально привабливого контенту, який формує імідж бренду, розробка голосу бренду, стратегія комунікації з цільовою аудиторією, контент для соціальних мереж і партнерських колаборацій.

5. Соціальні стартапи та екопроекти.

Потреби: формування контенту з акцентом на соціальну місію, підвищення довіри аудиторії, комунікація з донорами, фондами, волонтерами, а також підготовка контенту для грантових заявок та публічних звітів.

Географічним основним ринком для агенції є м. Тернопіль. Ринок контент-маркетингу та суміжних digital-послуг продовжує розвиватися в умовах цифровізації бізнесу й зростання стартап-екосистеми: попит на якісний експертний контент зростає внаслідок конкуренції за увагу користувача.

Серед ключових тенденцій, що впливають на попит:

- зростання ролі контенту як основного інструмента формування довіри (особливо для продуктів з довгим циклом ухвалення рішення);

- перехід від одноразових рекламних активностей до довгострокових стратегій контент-комунікації ;

- зростання інвестицій у product marketing та контент для підтримки продажів у стартапів;

- підвищення значущості відео та візуального контенту внаслідок зростання платформ з коротким відео-форматом;

- вплив локальних економічних факторів (доступність фінансування, грантові програми) на активність створення контенту у регіоні.

Щодо сезонності: попит на контент-послуги може зростати в періоди підготовки до запусків продукту, до участі в інвестиційних подіях або в періоди підготовки до пікових продажів (осінній та передноворічний періоди) [5, с. 78-80] .

Конкурентне середовище складається з трьох основних типів постачальників контент-послуг:

1. Фриланс-спеціалісти (копірайтери, відеографи, SMM-менеджери) - пропонують доступну ціну та швидку реалізацію окремих завдань. Сильними сторонами є гнучкість і низькі витрати для замовника; слабкі - відсутність комплексного підходу, ризик нестабільної якості та обмежений набір компетенцій для підтримки масштабних історій стартапу.

2. Локальні маркетингові та креативні студії Тернополя - забезпечують широкий спектр послуг (дизайн, SMM, інколи PR). Переваги - наявність базових ресурсів і швидкий контакт; недоліки - частіше універсальний, а не спеціалізований підхід до стартапів, шаблонні рішення, обмежена експертиза у створенні технічно орієнтованого контенту.

3. Національні та великі digital-агенції - забезпечують високі стандарти якості та комплексні рішення, але їхні тарифні політики та орієнтація на середній/великий бізнес роблять їх менш привабливими для ранніх стартапів. Великим агентствам може бракувати глибокого розуміння локального ринку і швидкості реакції, що важливо для стартапів.

Агенція «Boost media» позиціонує себе як компанія, що надає високоякісні послуги з контент-маркетингу для стартапів - бізнесів, які прагнуть швидко заявити про себе, залучити клієнтів і створити позитивну репутацію в онлайн-просторі. Попит на такі послуги зростає, адже підприємці

дедалі частіше розуміють, що саме ефективна комунікація з аудиторією визначає успіх нового бренду [15].

У Тернополі та області ринок маркетингових послуг активно розвивається. За оцінками, близько 40–50 нових малих бізнесів щороку шукають підтримку у сфері просування в соціальних мережах. Проте більшість агенцій надають стандартні послуги SMM, тоді як «Boost media» спеціалізується саме на контент-маркетингу для стартапів, поєднуючи стратегічне планування, створення контенту та побудову іміджу бренду з нуля.

Переваги агенції «Boost media» :

- чітка спеціалізація на роботі зі стартапами;
- комплексний підхід: стратегія, контент, аналітика, візуал і реклама в одному пакеті;
- індивідуальний підхід до кожного клієнта;
- адаптація контенту під сучасні платформи - TikTok, Instagram, LinkedIn, YouTube;
- гнучка система пакетів, що дозволяє клієнтам вибрати послуги відповідно до етапу розвитку їхнього бізнесу.

Прогноз обсягів реалізації:

На першому етапі діяльності (перший рік) агенція планує залучити 8–10 клієнтів на постійне обслуговування.

Середній чек на місяць становитиме 35 000 грн (середнє значення між пакетами).

- Перший рік роботи (2025):
- $10 \text{ клієнтів} \times 35\,000 \text{ грн} \times 12 \text{ місяців} = 4\,200\,000 \text{ грн}$ річного доходу.
- Передбачається, що частина клієнтів обере дорожчі пакети, тому чистий дохід (з урахуванням змінності тарифів) може скласти близько 4,5 млн грн.

Другий рік роботи (2026):

Завдяки позитивній репутації та рекомендаціям планується збільшити клієнтську базу до 15 постійних замовників, а середній чек зросте до 40 000 грн/міс.

- $15 \text{ клієнтів} \times 40\,000 \text{ грн} \times 12 \text{ місяців} = 7\,200\,000 \text{ грн}$ річного доходу.

Отже, прогнозоване зростання обсягів реалізації за два роки становить близько 60%.

Припущення, на яких базується прогноз:

- середня тривалість співпраці з клієнтом - не менше 6 місяців;
- ринок контент-маркетингу для малого бізнесу у Тернополі продовжить зростати темпами близько 15-20% на рік;
- агенція буде активно інвестувати в рекламу та власний бренд (через соціальні мережі, партнерства, участь у подіях для бізнесів);
- вартість послуг може коригуватися залежно від рівня складності проєктів і ринкових умов.

1.3. Маркетинговий план

Маркетингова стратегія агенції «Boost media» базується на глибокому розумінні потреб молодих бізнесів та стартапів, які прагнуть швидко заявити про себе на ринку. Основна філософія компанії полягає у створенні якісного, стратегічно продуманого контенту, який не просто привертає увагу, а формує довіру до бренду та стимулює продажі [8].

Загальна стратегія передбачає позиціонування агенції як партнера з росту, а не просто виконавця маркетингових завдань. Це означає, що «Boost media» допомагає клієнтам розвивати бізнес через контент - від створення айдентики до системної роботи з соцмережами, медіа та блогерами.

Основні елементи стратегії:

- чітке позиціонування «Boost media - це команда, яка допомагає стартапам масштабуватися через контент»;
- спеціалізація: робота виключно з молодими бізнесами, стартапами, локальними брендами та малими підприємцями;

- індивідуальний підхід: створення контент-стратегії під конкретні бізнес-цілі (збільшення продажів, залучення інвесторів, розвиток спільноти тощо);

- поєднання аналітики та креативу - уся контентна діяльність базується на дослідженні ринку та поведінки цільової аудиторії;

- розвиток особистого бренду засновників стартапів, що є ключовим елементом сучасного маркетингу.

На стартовому етапі агенція зосередиться на локальному ринку Тернополя та області, поступово розширюючи присутність у цифровому просторі всієї України.

Початкові маркетингові зусилля будуть спрямовані на:

- новостворені підприємства, які шукають способи швидко заявити про себе в інтернеті;

- молоді підприємці, які працюють у сфері ІТ, освіти, кав'ярень, магазинів, виробництва локальних товарів;

- креативні ініціативи, що потребують якісного контенту для кампаній або презентацій інвесторам.

Основний акцент - на демонстрації експертності агенції: створення власного контенту, кейсів, порад, аналітики та освітніх матеріалів про контент-маркетинг для стартапів.

На другому етапі (через 12 місяців після запуску) агенція планує:

- вихід на ринок України з онлайн-послугами;
- участь у бізнес-форумах та конференціях для стартапів;
- розширення команди за рахунок спеціалістів з відеомаркетингу, аналітики та копірайтингу;

- запуск власного освітнього напрямку - консультацій та міні-курсів про створення контенту для молодих брендів.

Політика ціноутворення агенції базується на принципі цінності, яку отримує клієнт, а не лише на вартості виконаних робіт. Основна мета -

забезпечити оптимальне співвідношення між якістю послуг, професійним підходом та доступністю для молодих бізнесів і стартапів [10].

Установлення цін здійснюється з урахуванням:

- поточної ринкової ситуації у сфері маркетингових та SMM-послуг у регіоні;
- середнього рівня доходів представників малого бізнесу та стартапів;
- витрат на оплату праці спеціалістів, оренду приміщення та технічне забезпечення;
- вартості аналогічних послуг конкурентів [11].

У Тернополі та західному регіоні України середня ціна на послуги контент-маркетингу коливається від 18 000 до 60 000 грн на місяць, залежно від рівня комплексності. Агенція «Boost media» позиціонує себе у середньому ціновому сегменті, поєднуючи доступність із високою якістю сервісу.

Пакети послуг «Boost media» :

1. Базовий пакет (20 000 грн/міс)

Призначений для стартапів, які перебувають на етапі запуску.

Включає: розробку контент-плану, створення 12 постів на місяць (текст + візуал), публікації у соцмережах, базову аналітику результатів та консультації з комунікацій.

2. Розширений пакет (35 000 грн/міс)

Оптимальний для стартапів, які мають активну діяльність та потребують регулярного медіасупроводу.

Включає: розробку контент-стратегії, створення текстів і візуальних матеріалів, короткі відео, таргетовану рекламу, ведення сторінок у соцмережах, щомісячні аналітичні звіти.

3. Професійний пакет «BOOST+» (60 000 грн/міс)

Розрахований на стартапи, які виходять на всеукраїнський ринок або працюють з інвесторами.

Включає: повний контент-супровід, стратегічне планування, розробку рекламних кампаній, аналітику ефективності, відеопродакшн, копірайтинг для сайту, email-розсилки, блог-статті, а також PR-підтримку.

Політика гнучкості:

Для клієнтів, які підписують договір на довгострокове співробітництво (від шести місяців), передбачено знижку 10–15% або додаткові бонусні послуги (розробка логотипу, консультації зі стратегії, зйомка коротких відео тощо). Крім того, агенція запроваджує систему індивідуального розрахунку вартості для стартапів на етапі прототипування, де ключовим фактором є не бюджет, а потенціал проєкту та перспективи співпраці.

Порівняння з конкурентами:

У порівнянні з іншими маркетинговими студіями регіону, які надають подібні послуги (зокрема, агенції «ДАЛІ», «GO Media», «HEY, YOU!»), вартість послуг «Boost media» є оптимальною.

Тактика реалізації послуг агенції «Boost media» передбачає використання поєднання прямих продажів, цифрових каналів комунікації та партнерських взаємин. Основна мета - ефективне охоплення цільової аудиторії стартапів, формування стабільної клієнтської бази та побудова довгострокових відносин з клієнтами [3].

1. Канали реалізації послуг

Агенція «Boost media» здійснюватиме реалізацію своїх послуг через такі канали:

- Прямі комунікації з клієнтами. Зустрічі, онлайн-презентації та консультації для засновників стартапів і підприємців.

- Офіційний сайт агенції, який виступатиме не лише як джерело інформації, а й як канал продажів (форма для замовлення пакету послуг, запит консультації, онлайн-калькулятор вартості).

- Соціальні мережі (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok) — як основні інструменти залучення клієнтів через демонстрацію кейсів, освітній контент і рекомендації.

- Партнерські програми з бізнес-інкубаторами, коворкінгами та освітніми проектами для молодих підприємців у Тернополі, що дозволить залучати нових клієнтів через рекомендації та співпрацю.

2. Процес надання послуг

Реалізація послуг буде відбуватися в кілька етапів:

1. Попередня консультація - виявлення потреб клієнта, визначення бізнес-цілей і формування технічного завдання;

2. Розробка контент-стратегії - підготовка контент-плану, визначення форматів матеріалів, каналів комунікації та ключових повідомлень;

3. Виробництво контенту - створення текстових, візуальних і відеоматеріалів згідно з узгодженою стратегією;

4. Публікація та просування - ведення соціальних мереж, запуск рекламних кампаній, моніторинг охоплення;

5. Аналітика та коригування - щомісячний аналіз результатів, підготовка звітів та вдосконалення контент-стратегії.

Такий підхід забезпечує прозорість процесів, ефективну комунікацію з клієнтами та гарантію якості на всіх етапах співпраці [1 с. 21–23].

3. Клієнтська підтримка

Для збереження лояльності та підвищення рівня задоволеності клієнтів передбачено:

- персонального менеджера для кожного проекту;
- щомісячну онлайн-зустріч для обговорення результатів;
- доступ клієнтів до внутрішнього звіту з показниками ефективності контенту;

- систему знижок для клієнтів, які співпрацюють понад шість місяців.

4. Прогноз реалізації

Згідно з попередніми розрахунками, у перший рік діяльності планується обслуговування 6–8 постійних клієнтів, що забезпечить стабільний дохід від 150 000 до 200 000 грн на місяць. У другий рік передбачено розширення клієнтської бази до 15-18 компаній, зростання доходу до 350 000-450 000

грн/міс, а також запуск додаткових послуг -створення освітнього контенту, онлайн-курсів та відеопроєктів для бізнесу.

Якщо конкуренти часто пропонують обмежені пакети з мінімальною аналітикою або без відеоконтенту, то «Boost media» робить ставку на повноцінну маркетингову підтримку із системним підходом до контенту. Завдяки цьому агенція створює довгострокові партнерські відносини із клієнтами, а не разові проєкти [13]. Агенція Boost media застосовуватиме багатоканальну систему рекламних та промоційних заходів, спрямовану на привернення уваги цільової аудиторії -засновників стартапів, власників малого бізнесу, IT-компаній та підприємців-початківців, які потребують якісного контент-маркетингу для розвитку своїх брендів. Мета рекламної діяльності полягає у формуванні довіри до Boost media як до агенції, що розуміє специфіку стартапів, працює швидко, адаптивно та допомагає будувати впізнаваність бізнесу через ефективний контент.

Підходи до просування:

1. Цифрове просування (онлайн-реклама):

- запуск таргетованих рекламних кампаній у соціальних мережах Facebook, Instagram, LinkedIn, орієнтованих на власників бізнесу, фрілансерів та стартап-команди;

- контекстна реклама в Google Ads за ключовими запитами «маркетинг для стартапів», «контент-маркетинг агенція», «просування бренду»;

- просування власного сайту Boost media через SEO та публікації блогів про маркетинг, тренди та кейси клієнтів.

2. PR та контентна присутність:

- публікації в онлайн-медіа Тернополя та України, які пишуть про бізнес, технології та креативну економіку;

- виступи представників агенції на бізнес-заходах, лекціях та освітніх подіях для підприємців;

- партнерство з місцевими коворкінгами та бізнес-інкубаторами.

3. Соціальні мережі Boost media:

- створення серії освітніх і розважальних рубрик у форматі коротких відео, аналітичних постів, прикладів успішного контенту;
- залучення аудиторії через інтерактиви, челенджі, прямі ефіри та безкоштовні міні-консультації;
- ведення блогу з порадами «як створити бренд із нуля».

4. Реферальна програма:

- клієнти, які рекомендують Boost media іншим компаніям, отримують знижку 10% на наступний місяць співпраці або безкоштовну додаткову послугу (наприклад, контент-стратегія чи аналіз бренду).

У межах маркетингової стратегії компанії Boost media передбачено комплекс заходів із реклами та просування, спрямованих на формування впізнаваності бренду, залучення клієнтів і зміцнення позицій на ринку послуг контент-маркетингу.

У першому кварталі заплановано реалізацію базових елементів рекламної стратегії, зокрема: розроблення офіційного вебсайту, створення та оформлення сторінок компанії в соціальних мережах, запуск першої хвилі таргетованої реклами, а також виробництво первинного фото- та відеоконтенту. Основна мета цього етапу - формування позитивного іміджу бренду та залучення перших клієнтів.

У другому кварталі компанія зосередиться на розбудові партнерських зв'язків і розширенні каналів комунікації. Планується проведення PR-кампанії, що включатиме публікації у спеціалізованих медіа, партнерства з бізнес-просторами та коворкінгами, участь у локальних бізнес-заходах. Це сприятиме підвищенню рівня довіри до бренду й формуванню експертного статусу компанії на ринку.

У третьому кварталі відбудеться розширення масштабів рекламної діяльності. Зокрема, передбачено запуск контекстної реклами (Google Ads), активізацію просування у професійних мережах (LinkedIn) та соціальних платформах (TikTok, Instagram), а також упровадження реферальної програми

для залучення нових клієнтів. Основна мета цього етапу - стабілізація потоку звернень і підвищення впізнаваності бренду.

У четвертому кварталі Boost media здійснить аналіз ефективності рекламних інструментів, оптимізацію витрат і оновлення контент-стратегії. Також передбачено розроблення сезонних пропозицій та спеціальних пакетів послуг для стартапів.

Орієнтовний бюджет рекламних та промоційних заходів на 2025 рік:

Витрати на рекламну діяльність компанії передбачаються на рівні приблизно 110 000 грн щомісяця, що становить близько 1,3 млн грн на рік. Основні статті витрат включають:

- таргетовану рекламу в соціальних мережах (Meta, TikTok, LinkedIn) - 40 000 грн/місяць;
- контекстну рекламу в Google Ads - 20 000 грн/місяць;
- PR-кампанії та партнерські проекти - 15 000 грн/місяць;
- створення власного контенту (фото-, відеопродакшн, копірайтинг) - 25 000 грн/місяць;
- участь у бізнес-заходах і промоційних подіях - 10 000 грн/місяць.

Фінансування зазначених заходів здійснюватиметься рівномірно протягом року, із поступовим збільшенням витрат на етапах масштабування рекламної активності (III–IV квартали). Очікується, що інвестиції у промоційну діяльність сприятимуть формуванню сталого потоку клієнтів і зростанню прибутковості компанії.

1.4 Операційний план.

Заплановане місце розташування агенції Boost media - бізнес-центр K15, що знаходиться за адресою: м. Тернопіль, вул. 15-го Квітня, 2м. K15 є сучасним бізнес-центром класу «А», який поєднує зручне розташування, розвинену інфраструктуру та комфортні умови для роботи креативних і маркетингових команд. Будівля має сучасний дизайн, конференц-зали, зони для переговорів, кав'ярню, паркінг, систему безпеки та високошвидкісний інтернет, що є важливими чинниками для ефективної діяльності маркетингової агенції.

Перевагами даного місця є престижна адреса, що позитивно впливає на імідж компанії, а також близькість до потенційних клієнтів - стартапів, IT-компаній та малого бізнесу, які активно розвиваються у Тернополі. Крім того, у К15 часто проводяться бізнес-події, що сприятиме нетворкінгу та пошуку партнерів.

До недоліків можна віднести вищу вартість оренди порівняно з іншими локаціями, проте цей аспект компенсується високим рівнем сервісу, зручністю та репутаційною вигодою.

На початковому етапі діяльності Boost media планується орендувати офіс площею близько 50 м², який здатен розмістити команду з 5-6 осіб. Це оптимальний формат для креативної агенції, де основна діяльність базується на аналітичній, дизайнерській та контентній роботі.

Орієнтовна вартість оренди подібного офісного приміщення у бізнес-центрі К15 у 2025 році становить 800-1000 грн за м², що відповідає 40 000-50 000 грн на місяць. До додаткових витрат належать комунальні послуги, інтернет-зв'язок, прибирання та охорона, які сумарно можуть складати близько 7 000-10 000 грн на місяць. Потреби в обладнанні включають закупівлю робочих станцій (комп'ютерів, моніторів), офісних меблів, техніки для створення контенту (камери, освітлення, мікрофони). Орієнтовна вартість початкового технічного оснащення становить близько 200 000 грн, що планується здійснити одноразово протягом першого місяця роботи.

На початковому етапі діяльності у Boost media планується залучити команду з 6 осіб:

- керівник проєкту (директор) - здійснює загальне управління агенцією;
- контент-маркетолог - відповідає за стратегію створення контенту;
- SMM-менеджер - веде соціальні мережі клієнтів;
- копірайтер - створює текстовий контент;
- дизайнер - займається візуальним оформленням та створенням креативів;
- відеограф/фотограф - забезпечує створення мультимедійного контенту.

Усі працівники мають необхідний рівень кваліфікації у сфері маркетингу, дизайну та комунікацій. Для підвищення ефективності роботи планується проведення внутрішніх навчань, відвідування професійних конференцій і курсів з нових інструментів у сфері digital-маркетингу. Загальний фонд оплати праці на стартовому етапі прогнозується на рівні 120 000–150 000 грн на місяць, із поступовим зростанням у міру розширення клієнтської бази.

1.5 Управлінська команда.

Команда Boost media сформована з фахівців, які мають практичний досвід у маркетингу, створенні контенту, дизайні та управлінні проектами. Кожен член команди виконує чітко визначені функції, що забезпечує ефективну координацію роботи агенції.

1. Директор (керівник проєкту) - відповідає за стратегічне управління агенцією, координацію роботи команди, залучення клієнтів і розвиток бізнесу. Контролює виконання фінансового плану, формує політику ціноутворення, представляє компанію на переговорах і публічних заходах.

Має вищу освіту у сфері маркетингу та комунікацій, досвід роботи у сфері SMM та брендингу понад 3 роки. Відзначається аналітичним мисленням, вмінням керувати творчими командами та налагоджувати комунікацію з клієнтами.

2. Контент-маркетолог - розробляє контент-стратегії для клієнтів, планує тематику публікацій, визначає tone of voice брендів. Аналізує ефективність контенту, проводить дослідження цільової аудиторії та конкурентів.

Освіта - бакалавр з маркетингу або медіакомунікацій. Має практичний досвід роботи у сфері діджитал-маркетингу не менше 2 років.

3. SMM-менеджер - відповідає за ведення сторінок клієнтів у соціальних мережах (Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn). Планує та публікує контент, аналізує статистику, організовує рекламні кампанії.

Має профільну освіту та досвід у сфері таргетованої реклами, копірайтингу та взаємодії з аудиторією.

4. Дизайнер - створює візуальний контент: банери, пости, логотипи, фірмовий стиль клієнтів. Відповідає за візуальну цілісність усіх матеріалів агенції.

Освіта - графічний дизайн або візуальні комунікації. Володіє Adobe Photoshop, Illustrator, Canva, Figma. Має портфоліо з реалізованими комерційними проектами.

5. Копірайтер - створює тексти для постів, рекламних оголошень, сценаріїв відео та лендингів. Забезпечує контент грамотністю, креативом і відповідністю бренд-стилю.

Має філологічну або маркетингову освіту, досвід у копірайтингу щонайменше 1–2 роки.

6. Відеограф / контент-крійтор - здійснює зйомку, монтаж і постпродакшн відео для клієнтів, у тому числі рекламних роликів і відео для TikTok чи Reels.

Освіта - аудіовізуальне мистецтво або журналістика. Має навички роботи з відеотехнікою, освітленням і монтажними програмами (Premiere Pro, CapCut, DaVinci Resolve).

На початковому етапі діяльності Boost media працюватиме як мала маркетингова агенція з власним офісом у бізнес-центрі К15. Усі члени команди отримуватимуть фіксовану місячну оплату праці, що відповідає середньому рівню оплати в місті Тернопіль для спеціалістів креативної сфери.

- Директор (власник компанії) - 30 000 грн/місяць
- Контент-маркетолог - 22 000 грн/місяць
- SMM-менеджер - 20 000 грн/місяць
- Дизайнер - 18 000 грн/місяць
- Копірайтер - 16 000 грн/місяць
- Відеограф - 22 000 грн/місяць
- Бухгалтер - 20 000 грн/місяць

Загальний фонд оплати управлінського та ключового персоналу становить приблизно 128 000 грн/місяць (або близько 1,54 млн грн на рік).

Директор як засновник отримуватиме не лише заробітну плату, а й частину чистого прибутку компанії після покриття операційних витрат. Виплата дивідендів планується поквартально після завершення фінансового звітування.

1.6 Фінансовий план.

Фінансовий план агенції Boost media відображає структуру витрат і прогноз доходів на перші 12 місяців діяльності. Мета плану - визначити очікуваний рівень прибутковості, потребу в капіталі та час досягнення беззбитковості.

Для відкриття агенції Boost media передбачається початкове інвестування в розмірі 480 000 грн. Ці кошти будуть сформовані з особистих заощаджень засновниці (70%) та партнерських інвестицій (30%).

Основні напрями використання коштів:

- Оренда офісу (К15, 60 м²) - 25 000 грн/міс, аванс за 2 місяці = 50 000 грн;
- Закупівля техніки (ноутбуки, монітори, камера, мікрофони, освітлення, меблі) - 180 000 грн;
- Брендінг та сайт - 35 000 грн;
- Первинна рекламна кампанія - 30 000 грн;
- Фонд оплати праці (перші 2 місяці до виходу на стабільний прибуток) - 250 000 грн;
- Непередбачені витрати та резерв \approx 30 000 грн.

Разом: 480 000 грн

У перші місяці діяльності агенція працюватиме з кількома невеликими клієнтами (стартапи та локальний бізнес). З 4-5-го місяця планується стабільне зростання клієнтської бази завдяки рекомендаціям, промоції та участі в місцевих бізнес-заходах.

Основні щомісячні витрати:

- Фонд оплати праці - 128 000 грн;
- Оренда офісу (К15) - 25 000 грн;
- Комунальні, інтернет, хостинг - 5 000 грн;
- Податки, бухгалтерія, банківські комісії - 15 000 грн;

- Реклама та просування (таргетинг, зйомки, заходи) - 20 000 грн;

- Інші витрати (канцелярія, транспорт, амортизація) - 7 000 грн.

Разом: близько 200 000 грн/місяць.

Очікувані надходження:

- 4 клієнти з базовим пакетом (25 000 грн/міс) = 100 000 грн;

- 2 клієнти з розширеним пакетом (40 000 грн/міс) = 80 000 грн;

- 1 великий клієнт з преміум-пакетом (70 000 грн/міс) = 70 000 грн.

Разом: $\approx 250\,000$ грн/міс.

Отже, чистий прибуток очікується вже з 4-го місяця роботи (приблизно 50 000 грн/міс).

Прогноз прибутків та збитків:

1- 3 місяці - вихід на ринок, активне просування, часткове покриття витрат.

Очікуваний збиток: -80 000 грн сумарно.

4- 6 місяці - стабілізація, формування портфолію, укладення довгострокових контрактів.

Очікуваний прибуток: +120 000 грн.

7-12 місяці - зростання впізнаваності бренду, збільшення клієнтів.

Середній місячний прибуток: 70 000–90 000 грн, річний чистий прибуток близько 700 000 грн.

Точка беззбитковості для агенції Boost media становить близько 200 000 грн щомісячного доходу. За прогнозами, компанія зможе досягти цього рівня на четвертому місяці діяльності. Після виходу на стабільний прибуток частина коштів (приблизно 20%) спрямовуватиметься на розвиток: оновлення техніки, навчання персоналу, розширення спектра послуг (відеореклама, брендинг, SEO).

Основні висновки:

Початкові інвестиції - 480 000 грн, термін окупності 10-12 місяців, очікуваний чистий прибуток за перший рік $\approx 700\,000$ грн, точка беззбитковості 200 000 грн/міс доходу. Основне джерело доходу - щомісячні пакети маркетингових послуг для стартапів і малого бізнесу.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНКОВІ ТАБЛИЦІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЄКТУ

Календар та бюджет на рекламу та промо-акції													
	Місьць 1	Місьць 2	Місьць 3	Місьць 4	Місьць 5	Місьць 6	Місьць 7	Місьць 8	Місьць 9	Місьць 10	Місьць 11	Місьць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ПОДІЛ													
Салат	4	3	1	1	2	1	1	0	1	0	1	3	18
Особливі (визначені) дні	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	0,00	0,00	2,00	1,00	0,00	1,00	16,00
Події місяця оголошення	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,00
Сезонні події	2,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	7,00
0													
Телевізійна реклама (SMA)	12 000,00	14 000,00	16 000,00	19 000,00	20 000,00	22 000,00	24 000,00	26 000,00	28 000,00	30 000,00	32 000,00	34 000,00	276 000,00
RFC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEO	8 000,00	9 000,00	10 000,00	11 000,00	12 000,00	13 000,00	14 000,00	15 000,00	16 000,00	17 000,00	18 000,00	19 000,00	162 000,00
Телебачення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SMM	9 000,00	10 000,00	12 000,00	14 000,00	15 000,00	16 000,00	18 000,00	20 000,00	22 000,00	24 000,00	26 000,00	28 000,00	214 000,00
Поліграфічна реклама/продюсування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Демонстраційні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Радо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Робота з блогерами	1 500,00	0,00	0,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00	0,00	0,00	5 000,00
Ваші картки	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00
Реклама/продюсування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Базові послуги/завдання/продюсування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Банери/Рекламні щити (розміщення реклами)	0,00	0,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	50 000,00
Інші заходи з просування (базові послуги)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	30 500,00	33 000,00	43 300,00	50 000,00	52 000,00	56 000,00	61 000,00	66 000,00	71 000,00	77 500,00	81 000,00	86 000,00	707 300,00

Рис. 1. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

Витрати на приміщення (будівлю)													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда офісу	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	300 000,00
Податки та інші платежі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонтні роботи/обслуговування	10 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15 000,00
Страховування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Електрика	0,00	0,00	200,00	140,00	100,00	100,00	100,00	100,00	140,00	200,00	400,00	0,00	1 480,00
Опалення	500,00	500,00	500,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	400,00	500,00	3 100,00
Водопостачання/каналізація	100,00	100,00	150,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	150,00	0,00	0,00	2 300,00
Телефон (базова оплата)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Лампочки, мичі засоби тощо	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інше: охорона земельної ділянки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього витрати	35 600,00	25 600,00	25 850,00	25 840,00	25 400,00	30 400,00	25 400,00	25 400,00	25 440,00	25 650,00	25 800,00	25 500,00	321 880,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

Прогноз продаж													
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Товар/Послуга Категорія №1 Комплексне ведення соцмереж для старту													
Продано одиниць	2,00	3,00	5,00	4,00	6,00	3,00	5,00	6,00	5,00	1,00	5,00	2,00	47,00
Ціна за 1	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Сума продажу	36 000,00	54 000,00	90 000,00	72 000,00	108 000,00	54 000,00	90 000,00	108 000,00	90 000,00	18 000,00	90 000,00	36 000,00	846 000,00
Товар/Послуга Категорія №2 Створення контенту для запуску продукту (стартовий пакет для старту)													
Продано одиниць	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	1,00	2,00	3,00	1,00	2,00	4,00	1,00	25,00
Ціна за 1	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00
Сума продажу	22 000,00	44 000,00	66 000,00	66 000,00	44 000,00	22 000,00	44 000,00	66 000,00	22 000,00	44 000,00	88 000,00	22 000,00	550 000,00
Товар/Послуга Категорія №3 Таргетована реклама для старту (налаштування + супровід)													
Продано одиниць	2,00	3,00	1,00	4,00	2,00	1,00	3,00	2,00	4,00	3,00	1,00	2,00	28,00
Ціна за 1	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00
Сума продажу	24 000,00	36 000,00	12 000,00	48 000,00	24 000,00	12 000,00	36 000,00	24 000,00	48 000,00	36 000,00	12 000,00	24 000,00	336 000,00
Товар/Послуга Категорія №4 Брендінг для стартап-проектів базовий													
Продано одиниць	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	21,00
Ціна за 1	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00
Сума продажу	30 000,00	60 000,00	60 000,00	30 000,00	30 000,00	60 000,00	90 000,00	30 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	90 000,00	630 000,00
Разом усіх товарів	112 000,00	194 000,00	228 000,00	216 000,00	206 000,00	148 000,00	260 000,00	228 000,00	190 000,00	158 000,00	250 000,00	172 000,00	2 362 000,00

Рис. 3. Прогноз продаж

Рис. 5. Витрати на оплату праці

Операційні витрати (без витрат на оплату праці)														
	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК	
4	Витрати на приміщення	35 600,00	25 600,00	25 850,00	25 840,00	25 400,00	30 400,00	25 400,00	25 400,00	25 440,00	25 650,00	25 800,00	25 500,00	321 880,00
5	Транспортування автомобіль	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
6	Плата за використання телефону	0,00	0,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1 350,00
7	Офісні витратні матеріали/ пошта	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	100,00
8	Реклама/ промо-акції	30 500,00	33 000,00	43 300,00	50 000,00	52 000,00	56 000,00	61 000,00	66 000,00	71 000,00	77 500,00	81 000,00	86 000,00	707 300,00
9	Юридичні/ бухгалтерські послуги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	Ліцензії та дозволи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
11	Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Різне:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	Знос (амортизація)	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	18 000,00
16	Інше: запчастини, масло, мийка машини	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	Всього витрати	67 600,00	60 100,00	70 795,00	77 485,00	79 045,00	88 045,00	88 045,00	93 045,00	98 085,00	104 795,00	108 445,00	113 145,00	1 048 630,00

Рис. 6. Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяць)	Місячна амортизація
Комп'ютер	40 000,00	1 січня 2025 року	60,00	666,67
Комплект столів	35 000,00	1 січня 2025 року	60,00	583,33
Комплект крісел	15 000,00	1 січня 2025 року	60,00	250,00
Загальна вартість капітального обладнання	90 000,00		Всього місячна амортизація	1 500,00

Рис. 7. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Категорія витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	92 500,00
Початковий запас офісного обладнання	14 395,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	0
Регістрація, ліцензії, дозволи	102
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	12 000
Завдаток (наприклад за комунальні послуги, оренду, тощо)	0
Реклама/ промо-акції: вивіска, куток споживача	1 750
Резерв обігових коштів	500
Земельна ділянка:	0,00
Інше: автомобіль	0,00
Всього початкові витрати	250 802,00

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

У ході курсової роботи обґрунтовано доцільність створення агенції контент-маркетингу «Boost media» у місті Тернопіль, яка спеціалізується на наданні маркетингових послуг для стартапів та малого бізнесу. Визначено, що сучасні умови розвитку цифрового середовища та зростання кількості нових підприємницьких ініціатив формують стабільний попит на якісний контент, ефективне просування в соціальних мережах і комплексну маркетингову підтримку.

У процесі аналізу ідентифіковано основні потреби цільової аудиторії, серед яких: підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів, побудова довіри та формування постійної присутності в цифровому просторі. Показано, що агенція «Boost media» здатна задовольнити ці потреби завдяки наданню таких послуг, як створення контенту, ведення соціальних мереж, таргетована реклама, пошукова оптимізація та співпраця з блогерами.

На основі фінансових розрахунків доведено, що діяльність агенції є економічно доцільною та може досягти точки безбитковості вже протягом першого року функціонування за умови реалізації запланованих обсягів послуг. Визначено, що правильне поєднання цінової політики, якісного сервісу та активної рекламно-промоційної діяльності забезпечує стабільний розвиток і перспективу зростання прибутків.

Таким чином, доведено, що створення та розвиток агенції «Boost media» є перспективним напрямом бізнесу в умовах сучасного ринку, а реалізація запропонованої стратегії дозволить компанії зайняти конкурентоспроможну позицію у сфері контент-маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
2. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та моделювання системи управління збутовою діяльністю підприємств : монографія. Тернопіль: Видавництво ТНТУ, 2011. 160 с. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/21085>.
3. Ван Праєт Д. Несвідомий брендинг: як нейробіологія може посилити (та надихнути) маркетинг / пер. з англ. Я. Машико. – Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. – 304 с.
4. Завідна Л., Миколайчук І. Концепція формування та розвитку бренду роботодавця в Україні під час війни. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. №6.
5. Фідкевич О. Як начинити гадюку салом. Рецепт створення бізнесу на творчості. –Київ : Книголав, 2023. – 256с.
6. Бергер Дж. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу / пер. з англ. О. Замойська. – 5-те вид., випр. – Київ. : Наш Формат, 2023. – 208 с.
7. Kotler P. Marketing 3. 0: From Products to Customers to the Human Spirit. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2010. – 208 p.
8. The Importance Of Branding In Business. URL: [The Importance Of Branding In Business](https://www.dali.te.ua/poslugi/branding-ua.html).
9. Dzhulai M., Fedulova I., Bolotina I. (2022). Analysis of employer brand for young people. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. Vol. 1. No. 13 (115). P. 80–91. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.252549>.
10. Мокіна С.М. Методика оцінювання сили бренду роботодавця за точками контакту. Інноваційна економіка. 2014. № 1. С. 132–145.
11. Брендинг. URL: <https://www.dali.te.ua/poslugi/branding-ua.html>

12. Брендинг. URL: <https://oldorcs.com/services/branding>
13. Послуги які ми надаємо. URL: <https://vidoagency.com.ua/services>
14. Борисова Т.М., Процишин Ю.Т., Галько Л.Р. Управління маркетингом та заходи для зменшення сприйманого ризику в бізнесі: аналіз взаємозв'язку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №5 (322). С. 100-103.
15. Галько Л.Р. Бізнес-планування розвитку компанії: базові технології та методологічні проблеми. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/42>.
16. Іванечко Н., Оконський М. Управління продажами у сфері послуг. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. № 6. С. 158-162. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.06.167.
17. Іванечко Н.Р., Оконський М.В. Рекламно-комунікаційна індустрія України: вплив факторів макросередовища. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №6 (324). С. 215-219. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-36>.
18. Окрепкий Р.Б., Дудар В.Т. Упровадження концепції маркетингового управління в діяльність підприємств міського електротранспорту. Галицький економічний вісник. 2020. № 1. С. 118-131.
19. Процишин Ю.Т. Креативність у маркетингу – найбільш затребуваний soft skill сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. 2022, № 2, Том 2. С. 66-72. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wpcontent/uploads/2022/09/vknu-es-2022-n2t2304_11.pdf.
20. Хрупович С.Є., Дудар В.Т., Окрепкий Р.Б. Використання штучного інтелекту для моделювання портрету споживача в цифровому маркетингу. Галицький економічний вісник. 2022. № 1 (74). С. 162-170. <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/38>