

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ DIGITAL- СТРАТЕГІЇ ДЛЯ КОМПАНІЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ – 18 вк
Спеціальності 075 Маркетинг
Ключник Олена Олександрівна
Керівник: Мішустіна Т.С., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Клюшник О.О. Розробка маркетингової digital-стратегії компанії на ринку освітніх послуг.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні аспекти розробки маркетингової digital-стратегії компанії на ринку освітніх послуг, здійснено маркетинговий аналіз діяльності компанії, розроблено рекомендації щодо вдосконалення її бізнес-процесів.

Ключові слова: розробка маркетингової digital-стратегії, особливості маркетингового стратегічного планування, доцільність та вигоди стратегічного маркетингового планування, система впровадження digital-стратегії, ефективність впровадження digital-стратегії.

SUMMARY

Klyushnik O.O. Development of marketing digital-strategy of the company in the market of educational services.

The qualification work deals with the theoretical aspects of the development of the company's digital marketing strategy in the educational services market, the marketing analysis of the company's activity, the recommendations for improving its business processes.

Keywords: digital marketing strategy development, features of marketing strategic planning, expediency and benefits of strategic marketing planning, digital strategy implementation system, effectiveness of digital strategy implementation.

ЗМІСТ

	Стор
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ DIGITAL-СТРАТЕГІЇ	10
1.1. Сутність та зміст маркетингової digital-стратегії	10
1.2. Основні інструменти маркетингової digital-стратегії	20
1.3. Особливості маркетингового стратегічного планування на ринку освітніх послуг	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЇ "ШКОЛА ТВЕРЕЗОГО ВИХОВАННЯ"	30
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища підприємства «Школа тверезого виховання»	30
2.2. Аналіз мікросередовища	47
2.3. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	58
2.4. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства	65
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА DIGITAL-СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ "ШКОЛА ТВЕРЕЗОГО ВИХОВАННЯ"	67
3.1. Розробка digital-стратегії та план заходів щодо реалізації	67
3.2. Прогнозована ефективність впровадження digital-стратегії	82
ВИСНОВКИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89