

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ»

Виконала: здобувач 4 курсу,

групи МГ-16

Спеціальності 075 Маркетинг

Шуляк Ангеліна Олегівна

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

**Дніпро
2020**

А Н О Т А Ц І Я

Шуляк А.О. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства із застосуванням Інтернет.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи комплексу маркетингових комунікацій підприємства із застосуванням Інтернет ТОВ «STUDENTWAY», здійснено аналіз стану та оцінки комунікаційної діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій. З урахуванням специфіки послуг ТОВ «STUDENTWAY» розроблено маркетингові заходи щодо просування освітніх послуг, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємства на регіональному ринку.

Ключові слова: комунікаційна політика, освітні послуги, комплекс маркетингових комунікацій, конкурентоспроможність.

SUMMARY

Shulyak AO Improving the complex of marketing communications of the enterprise with the use of the Internet.

The qualification bachelor's thesis the theoretical and methodical bases of a complex of marketing communications of the enterprise with application of the Internet enterprise of Open Company "STUDENTWAY" are considered, the analysis of a condition and an estimation of communication activity is carried out, recommendations on improvement of a complex of marketing communications are developed. Taking into account the specifics of STUDENTWAY products, the strategy of promotion of the company's marketing communications complex using the Internet is substantiated, marketing measures are developed to promote educational services, which will increase the company's competitiveness in the regional market.

Keywords: Internet network, communication policy, educational services, brand, efficiency..

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ.....	8
1.1. Сутність комунікаційно-маркетингової діяльності підприємства	8
1.2. Характеристика основних елементів комплексу маркетингових комунікацій підприємства в мережі Інтернет.....	19
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «STUDENTWAY».....	27
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «STUDENTWAY»....	27
2.2. Аналіз ринку освітніх послуг.....	33
2.3. Сегментування ринку та позиціонування послуг ТОВ «STUDENTWAY».....	37
2.4. SWOT-аналіз.....	44
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТОВ «STUDENTWAY» ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ.....	50
3.1. Дослідження комплексу маркетингових комунікацій ТОВ «STUDENTWAY».....	50
3.2. Розробка заходів з удосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства з застосуванням Інтернет-мережі.....	63
3.3. Аналіз ефективності запропонованих заходів.....	74
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80