

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА З ЗАСТОСУВАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Смірнова Тетяна Анатоліївна

ПІБ

Керівник: д. е. н., проф. Дубницький В.І.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ *

Смірнова Т.А. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства з застосуванням Інтернет.

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні основи комплексу маркетингових комунікацій. Здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства «Онлайн академії BEST PROFI MARKETING». Зроблено аналіз поточного стану маркетингових комунікацій. Розглянуто характеристики діяльності підприємства. Зроблено аналіз наявного зараз комплексу маркетингових комунікацій. Розроблено стратегії вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій з використанням інтернету.

Ключові слова: маркетингова концепція управління підприємством, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, маркетинговий аудит.

SUMMARY

Smirnova T.A. In-depth development of the complex of marketing communications for businesses on the Internet.

The theoretical foundations of the complex of marketing communications are reviewed for qualified robots. A marketing analysis and marketing audit of activity has been carried out, recommendations have been developed for the thorough organization of marketing activity of the "Online Academy BEST PROFI MARKETING" enterprise. An analysis of the in-line process of marketing communications has been completed. The characteristics of the enterprise's activities are examined. An analysis of the complex of marketing communications has been completed. A strategy has been developed in detail for the complex of marketing communications on the Internet.

Keywords: marketing concept of business management, business marketing companies, marketing mix, marketing control of the enterprise, the enterprise market analysis, marketing audit.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	6
1.1. Поняття та складові маркетингових комунікацій.....	6
1.2. Роль інтернету в маркетингових комунікаціях.....	14
1.3. Особливості інтернет-маркетингу.....	19
1.4. Інструменти і технології Інтернет-маркетингу.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....	27
2.1. Характеристика діяльності підприємства.....	27
2.2. Аналіз існуючого комплексу маркетингових комунікацій.....	30
2.3. Оцінка ефективності застосування Інтернет-маркетингу.....	38
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ З ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТУ...	47
3.1. Визначення цілей та завдань стратегії.....	47
3.2. Вибір інструментів Інтернет-маркетингу.....	52
3.3. Розробка контент-стратегії.....	56
3.4. Організація взаємодії з аудиторією.....	62
3.5. Розробка моніторингу та аналізу результатів.....	66
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
ДОДАТКИ	

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійченко, Т. П. (2014). Маркетингове дослідження в промисловому підприємстві. Ефективна економіка, (11). URL: https://knowledge.allbest.ru/management/3c0a65625b3ac69b4d53b88521316c37_0.html
2. Афонін А.А. Маркетинг: Конспект лекцій / Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – К., 2006. – 287 с.
3. Афанасюк, А. С. Удосконалення комплексу маркетингових комунікацій ТМ «Наша Ряба» : дипломна робота ... бакалавра: 075 Маркетинг / Афанасюк Аліса Сергіївна. - Київ, 2023. - 99 с.
4. Астахова І.Е. "Маркетинг: Навчальний посібник." Харківський національний економічний університет, Харків, Видавництво ХНЕУ, 2016. 208 с.
5. Басюк Т.М. Основи інформаційних технологій / Т.М. Басюк, Н.О. Думанський. Л.: Новий Світ-2000, 2011. 390 с.
6. Балабанова Л.В. Маркетинг : [підручник] / Балабанова Л.В. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2014. – 645 с.
7. Бєлявцев М.І., Іваненко Л.М. "Маркетинг: Навчальний посібник." Київ, ЦНЛ, 2005. 328 с.
8. Бойчук І.В. Напрями реалізації маркетингових функцій підприємства через застосування Інтернету / І.В. Бойчук // Вісник Хмельницького національного університету: збірн. наук. праць. Хмельницьк: Вид-во ХНУ, 2019. Вип. 5. С. 34–38.
9. Бойчук, І.В., Козак, І.В. "Інтернет в маркетингу: Програма курсу та конспект лекцій" / І.В. Бойчук, І.В. Козак. – Львів: Видавництво ЛКА, 2003. – 112 с.

10. Близнюк В. М. Метрики в цифровому маркетингу підприємств торгівлі. Електронний журнал «Маркетинг і цифрові технології». 2021. Том 5 № 2. С. 36–47. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/138> (дата звернення: 28.01.2024).
11. Войнаренко С.М. Ключові фактори успіху в комунікаційній політиці підприємств / С.М. Войнаренко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2007. – № 6, Т. 1. – С. 231–233
12. Волкова М.В. Напрямки вдосконалення маркетингової діяльності підприємства // Економіка і управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. №16. С. 281-286.
13. Герасимчук С.С. Маркетинг: [підручник] / Герасимчук С.С. – К.: Лібра, 2014. – 712 с.
14. Гадецька З. М. Застосування сучасних інтернет-комунікацій та технологій цифрового маркетингу для ефективної роботи підприємства. Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку і права: теорія і практика: збірник тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 30 червня 2023 р.). Полтава, 2022. С. 20–21.
15. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві // Економіка і суспільство. 2017. №12. С. 227-234.
16. Digital-словник. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/slovnik-seo-terminiv> (дата звернення: 29.01.2024).
17. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2005. - 393 с.
18. Єранкін О. "Формування нової парадигми маркетингу в умовах глобалізації." У: Маркетинг в Україні, 2008, № 4, С. 43-50.
19. Жуков, С.А. "Управління промисловим маркетингом на підприємствах: монографія" / С.А. Жуков. – Київ: Національна академія управління, 2018.

20. Зозульов О., Нестерова Ю. "Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві." У: Економіка України, 2008, № 3, С. 4-11.
21. Ілляшенко Н. С., Савченко О. С. Seo-оптимізація як сучасний інструмент інтернет-маркетингу. Електронний журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». 2012. № 3. URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2012/3/63-74> (дата звернення: 30.01.2024).
22. Інтернет-маркетинг. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Internet-marketing>.
23. Іванечко, Н.Р. "Процес формування маркетингової стратегії» // Вісник Дніпропетровського університету. – №10 / 1. – Т.22. – Дніпро: ВУДНУ ім. О. Гончара, 2016. – С. 123-131.
24. Євдокимов Ф.І. Азбука маркетингу: [навчальний посібник] / Ф.І. Євдокимов, В.М. Гавва. – 3-є вид. переробл. і доповн. – Д. : Стакер, 2008. – 432 с.
25. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг. – К. : КНЕУ, 2008. – 151 с.
26. Крупенна І. А., Білик В. В., Сергієнко О. А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації. Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наук. праць. Вип. 825. Економіка. Чернівці: ЧНУ, 2020. С. 33–41. URL: <http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis/article/view/123> (дата звернення: 28.01.2024).
27. Кращі сервіси для веб-аналітики. URL: <https://www.ukraine.com.ua/uk/blog/web-analytics/luchshie-servisidlya-veb-analitiki.html> (дата звернення: 30.01.24)
28. Кендюхов О.В. "Теорія марочного капіталу: базові аспекти." Вісник ДонДУЕТ, 2012, № 4 (16), С. 24-30.
29. Ковбас, І.М. "Формування системи управління маркетинговою діяльністю підприємства" / І.М. Ковбас // Сталий розвиток економіки. – 2015. – № 3. – С. 260-267.

30. Котлер, Ф. "Основи маркетингу: підручник" / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2000. – 944 с.
31. Клічук О. Роль сучасних інформаційних технологій у пошуку оптимальних рішень в економіці / О. Клічук // Нова педагогічна думка. 2015. № 1. С. 163–165.
32. Любаренко Т. Інноваційні технології формування міжнародних брендів // Економіка. - 2009. - №11. - С. 3-6.
33. Люльчак, З.С. "Стан та перспективи розвитку digital-маркетингу" / З.С. Люльчак // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – С. 201-206.
34. Малинка О. "ДНК" бренду як система збереження, відтворення і передачі інформації до споживача // Маркетинг в Україні. - 2006. - №1. - С. 34-38.
35. Мельник І.В. "Комбіноване використання брендингу та маркетингових досліджень як засіб проведення ефективної комунікативної політики компаній та організацій." У: Наукові записки Інституту журналістики, 2005, Т. 20, С. 85-89.
36. Мельник, І.О., Бовтуна, М.О., Ковальчук, О.В. "Маркетинговий аналіз: Теорія і практика».
37. Мангушев Д. В., Пихтін А. В. Застосування інструментів цифрового маркетингу для підвищення ефективності підприємницької діяльності. Електронний журнал «Modern Economics». 2021. № 30. С. 147–152. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/30-2021/mangushev.pdf> (дата звернення: 28.01.2024). DOI: 10.31521/ modecon.V30(2021)-23
38. Нагорняк Т.Л. Країна як бренд. Національний бренд "Україна" // Стратегічні пріоритети. - 2008. - №4(9). - С. 220-226.
39. Сторення маркетингової стратегії на основі SWOT-аналізу / Економіка і управління підприємствами. – № 42. – 2019. – С. 59-63.

40. Підвищуємо конверсію сайта. URL:
<https://compas.agency/blog/pidvishhuyemo-konversiyu-sajta> (дата
звернення: 29.01.2024).
41. Переваги застосування інтернет-маркетингу на підприємствах. URL:
http://www.rusnauka.com/13_EISN_2014/Economics/6_165666.doc.htm
42. SEO-інструменти, які можуть вам стати в пригоді. URL:
<https://hostiq.ua/blog/ukr/26-seo-tools-you-need> (дата звернення:
25.02.2024).
43. Переваги застосування інтернет-маркетингу на підприємствах. URL:
http://www.rusnauka.com/13_EISN_2014/Economics/6_165666.doc.htm.
44. Торгівля, маркетинг, реклама: термінол. словник / А.Г. Загородній,
Г.Л. Вознюк, І.М. Комарницький; М-во освіти і науки, молоді та спорту
України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». Л.: Вид-во Львів. політехніки,
2011. 312 с.
45. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія /
авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред.
д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.
46. Шуберт, О.Ю. "Розробка маркетингової стратегії підприємства" / О.Ю.
Шуберт // Проблеми економіки та менеджменту. – 2016. – № 2 (54). –
С. 60-64.
47. Baducci B., & Marinova, D. (2018). Unstructured data in marketing.
Journal of the Academy of Marketing Science, 46(4), 557–590.
48. Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2021). Marketing Strategy (8th ed.).
Cengage Learning.
49. Grewal, D., Levy, M., Mathews, S., & Harrigan, P. (2021). Marketing (8th
ed.). McGraw-Hill Education.
50. Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Principles and Practice of
Marketing (9th ed.). McGraw-Hill Education.