УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-19
Спеціальності 075 Маркетинг
Малій Денис Владиславович
Керівник: Мостова А.Д.,
д.е.н., проф.

Дніпро
2023

А Н О Т А Ц І Я *

Малій Д.В У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні аспекти організації рекламної кампанії в Інтернеті, враховуючи маркетингове середовище та конкурентні умови. Дослідник проводить аналіз кампанії "Будгарант Плюс Україна" та її особливості, а також вивчає специфіку Інтернет-маркетингу. На основі отриманих даних розробляється рекламна кампанія в мережі Інтернет, спрямована на просування продукції компанії.
Ключові слова: *рекламна кампанія, Інтернет-маркетинг, маркетингове середовище, конкурентні умови, БУДГАРАНТ ПЛЮС Україна.*

SUMMARY

Malii D.V. The theoretical aspects of the organization of an advertising campaign on the Internet, taking into account the marketing environment and competitive conditions, are considered in the qualification work. The researcher conducts an analysis of the company "Budgarant Plus Ukraine" and its features, as well as studies the specifics of Internet marketing. Based on the received data, an advertising campaign is developed on the Internet aimed at promoting the company's products.

Keywords: advertising campaign, Internet marketing, marketing environment, competitive conditions, BUDGARANT PLUS Ukraine.

ЗМІСТ

ВСТУП.....

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

1.1. Суть рекламної кампанії в мережі інтернет ……..

1.2. Різновиди рекламних кампаній в мережі Інтернет та їх важливість для підприємства……..

1.3. Різні методики та підходи до визначення успішності рекламних кампаній в онлайн-середовищі…….

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КАМПАНІЇ "БУДГАРАНТ ПЛЮС УКРАЇНА" ……

2.1. Характеристика господарської діяльності кампанії "БУДГАРАНТ ПЛЮС Україна" ……

2.2. Аналіз маркетингової діяльності кампанії "БУДГАРАНТ ПЛЮС Україна" …….

2.3. Аналіз ринку, на якому діє кампанія …….

2.4. Сегментування ринку та позиціонування будівельної продукції кампанії ……

2.5. SWOT-аналіз…….

РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЯ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ДЛЯ "БУДГАРАНТ ПЛЮС Україна"…….

3.1. Створення рекламної кампанії в мережі Інтернеті……...

3.2. Фінансові ресурси, виділені на маркетингові заходи……...

3.3 Прогнозований результат, який можна очікувати від запропонованих маркетингових заходів……..

ВИСНОВКИ.....

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....

ДОДАТКИ.....