ALFRED NOBEL UNIVERSITY
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING

BACHELOR'S THESIS

on the topic

"IMPROVEMENT OF THE ENTERPRISE'S MARKETING COMMUNICATIONS MIX USING THE INTERNET"

Completed: 4th year student, group MGeng-19
Speciality 075 Marketing
code and title
Khomenko A.O.
surname and initials
Supervisor: Shcholokova H.V.,
PhD in Political Science, Associate Professor
surname and initials, academic degree, academic rank

Dnipro, 2023

SUMMARY

Khomenko A.O. Improvement of the enterprise's marketing communications mix using the Internet.

In the Bachelor's work the theoretical and methodological foundations of organization and management of marketing of the enterprise are considered, marketing analysis and marketing audit of the enterprise are carried out, recommendations for improving the organization of marketing activities of the Gardner Denver company are developed. Taking into account the specifics of the products of the Gardner Denver company and competitive conditions, ways to improve marketing communication activities were proposed. Based on the assessment of economic efficiency, it was determined that the proposed measures will increase the efficiency of the company and affect the growth of its innovative potential, which will contribute to increasing the competitiveness of the Gardner Denver enterprise in the market.

Keywords: marketing activity of enterprise, communication, Internet, marketing communications mix.

АНОТАЦІЯ

Хоменко А.О. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства з застосуванням Інтернет

У бакалаврській роботі розглянуто теоретико-методичні засади організації та управління маркетингом підприємства, проведено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит підприємства, розроблено рекомендації щодо удосконалення організації маркетингової діяльності компанії "Гарднер Денвер". З урахуванням специфіки продукції компанії "Гарднер Денвер" та конкурентних умов запропоновано шляхи вдосконалення маркетингових комунікацій. На основі оцінки економічної ефективності визначено, що запропоновані заходи підвищать ефективність діяльності компанії та вплинуть на зростання її інноваційного потенціалу, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства "Гарднер Денвер" на ринку.

Ключові слова: маркетингова діяльність підприємства, комунікації, Інтернет, комплекс маркетингових комунікацій

CONTENT

INTRODUCTION……...….6
SECTION 1. THEORETICAL FOUNDATIONS OF FORMATION OF THE MARKETING COMMUNICATIONS MIX..……..…….8 7
1.1 The concept, types and models of the marketing communications mix……...8 7
1.2. Characteristics of the components of the marketing communications mix……14 13
1.3. Features of the marketing communications mix on the Internet…….23 22
SECTION 2. ANALYSIS OF THE STATE OF THE MARKETING COMMUNICATIONS MIX OF THE COMPANY “GARDNER DENVER”……..28 27
2.1. Analysis of economic activity of the company “Gardner Denver”…….28 27
2.2. Analysis of the market in which the company operates……..34 32
2.3. Segmentation and positioning…….....40 38
2.4. SWOT analysis……...42 40
2.5. State of the marketing communications mix of the company “Gardner Denver”…….……43 41
SECTION 3. IMPROVEMENT OF THE ENTERPRISE’S MARKETING COMMUNICATIONS MIX USING THE INTERNET…….49 47
3.1 Overall analysis of the marketing communications mix for the company……...49 48
3.2. Development of specific model of the enterprise's marketing communications mix of the company “Gardner Denver”……..55 54
3.3. Marketing budget and economic feasibility of recommended activities……..…58 57
CONCLUSIONS…….……64 64
LIST OF REFERENCES……66
APPLICATIONS……70 69