

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-22 м

Спеціальності 075Маркетинг

Гриненко Станіслав Юрійович

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

**Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Гриненко С.Ю. Інтернет-маркетинг як засіб удосконалення комунікаційної діяльності підприємства.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів інтернет-маркетингу як засобу удосконалення комунікаційної діяльності підприємства. В роботі розкрито особливості інтернет-комунікації в сучасному маркетингу та розглянуто впровадження інтернет-технологій як методу підвищення ефективності комунікаційної діяльності на підприємстві. Було проаналізовано та оцінено систему маркетингових комунікацій ТОВ «Термопласт». Розроблено шляхи удосконалення комунікаційної діяльності підприємства за допомогою інтернет-маркетингу та здійснено оцінку ефективності запропонованих заходів. В процесі роботи зроблено висновки та надано пропозиції щодо обґрунтування напрямків удосконалення комунікаційної діяльності підприємства. Рекомендовані заходи можуть бути використані в практичній діяльності компанії.

Ключові слова: маркетинг, комунікаційна діяльність, інтернет-маркетинг, ефективність.

SUMMARY

Grinenko S. Internet marketing as a means of improving the communication activity.

The Master's thesis is devoted to the study of theoretical and practical aspects of Internet marketing as a means of improving the communication activities of the enterprise. The article reveals the peculiarities of Internet communication in modern marketing and considers the introduction of Internet technologies as a method of increasing the effectiveness of communication activities at the enterprise. The marketing communications system of Thermoplast LLC was analyzed, analyzed and evaluated. Ways to improve the company's communication activities with the help of Internet marketing are proposed, and the effectiveness of the proposed measures is evaluated. In the course of the work, conclusions and proposals were made regarding the substantiation of directions for improving the company's communication activities. The recommended measures can be used in the company's practical activities.

Keywords: marketing, communication activity, Internet marketing, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ	7
1.1. Особливості інтернет-комунікації в сучасному маркетингу	7
1.2. Планування маркетингових комунікацій	13
1.3. Впровадження інтернет-технологій як метод підвищення ефективності комунікаційної діяльності на підприємстві	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «Термопласт» .	25
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «Термопласт».....	25
2.2. Огляд основних тенденцій ринку	30
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства	30
2.3.1. Аналіз мікросередовища	32
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	36
2.4. SWOT-аналіз ТОВ «Термопласт» та визначення основних напрямків діяльності підприємства.....	39
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «Термопласт» ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	45
3.1. Аналіз та оцінка системи маркетингових комунікацій ТОВ «Термопласт»	45
3.2. Шляхи удосконалення комунікаційної діяльності підприємства за допомогою інтернет-маркетингу	52
3.3. Бюджет і оцінка ефективності запропонованих заходів	62
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	69
ДОДАТКИ	75