

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА
ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

***"Особливості просування міжнародного
бізнесу у соціальних мережах"***

ВИКОНАВ: ЗДОБУВАЧ 2 КУРСУ, ГРУПИ МЕВ-18М
Спеціальності 292: Міжнародні економічні відносини

Горбуля Микита Сергійович

**Керівник: Кузьмінов Сергій Васильович,
д. ек. наук, професор**

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Горбуля М.С. Особливості просування міжнародного бізнесу у соціальних мережах

У роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти зовнішньоекономічної діяльності ООО «Бізнес-Форум», а також здійснене дослідження щодо позиціонування міжнародних проєктів та виставок на внутрішньому та зовнішньому ринках. Проведений аналіз потенціалу підприємства і його заходів, досліджено чинники впливу при формуванні міжнародних проєктів. Проведено дослідження розвитку виставок, їх стану у зовнішньоекономічній діяльності, в результаті чого сформовані сильні та слабкі сторони проєктів, а також загрози та можливості для виявлення якісної реалізації даних івентів. Це дозволило оцінити потенціал підприємства з його ідеями та, виявити основні методи реалізації стартапів, а також способи залучення нових іноземних експонентів даної сфери.

Ключові слова: *інтернет-маркетинг, соціальні мережі, реалізація міжнародних проєктів, галузеві виставки, залучення експонентів.*

SUMMARY

Horbulia M. S. Features of promotion of the international business via social networks

The master thesis deals with theoretical and practical aspects of Business-Forum company organizing of the international exhibitions, as well as the research on the positioning of international projects on the domestic and foreign markets. The analysis of the potential of the enterprise and events were carried out; the factors influencing the formation of the company's activity were investigated. The researches the development of the enterprise and its state in foreign economic activity have been carried out, as a result of which the strengths and weaknesses of the company are formed, as well as the threats and opportunities for identifying the qualitative conducting of events. It allowed to assess the potential of the enterprise, to identify the main methods of increasing and creating startups, as well as ways of attracting new exhibitors in this area. ***Key words:*** *internet-marketing, social networks, promotion of the international projects, specialized exhibitions, attraction of exhibitors.*

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ПРОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	8
1.1. Виникнення інтернет-маркетингу, та його особливості	8
1.2. Інтеграція онлайн-маркетингу та нейромаркетингу	13
1.3. Інструменти та системи інтернет-маркетингу, їх призначення	27
РОЗДІЛ 2. ДИНАМІКА ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ	
2.1. Аналіз та динаміка користування соціальними мережами	41
2.2. Аналітичні розрахунки та динаміка ведення міжнародних проектів	59
РОЗДІЛ 3. ВИСНОВКИ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	
3.1. Аналіз інструментів для просування в соціальних мережах	67
3.2. SWOT-аналіз та практичні рекомендації для проведення міжнародних проектів	80
ВИСНОВОК	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89