

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2

Спеціальності 075 Маркетинг

Прохорович Ангеліна Олегівна

Керівник: Міщустіна Т.С., к.е.н., доц.

Дніпро

2023

А Н О Т А Ц І Я

Прохорович А.О. Шляхи удосконалення комунікаційної політики підприємства із застосуванням інструментів інтернет-маркетингу

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи комунікаційної політики підприємства, здійснено оцінку комунікаційної діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення комунікаційної політики підприємства ТОВ «ТД «БІОЛА» із застосуванням інструментів інтернет-маркетингу. Було запропоновано впровадження digital-технологій у комунікаційну діяльність, що позитивно сприятиме розвитку підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності на ринку.

Ключові слова: комунікаційна політика підприємництва, комплекс маркетингу, інструменти інтернет-маркетингу.

SUMMARY

Prokhorovych A.O. Ways of improving the company's communication policy using Internet marketing tools

The bachelor's thesis considers the theoretical and methodological foundations of the company's communication policy were considered, an evaluation of the communication activity was carried out, and recommendations for improving the communication policy of TD BIOLA LLC with the use of Internet marketing tools were developed. The introduction of digital technologies into communication activities was proposed, which will positively contribute to the development of the enterprise and increase its competitiveness on the market.

Keywords: communication policy of entrepreneurship, marketing complex, Internet marketing tools.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ КОМПАНІЇ.....	9
1.1. Теоретичні аспекти інтернет-комунікацій в системі маркетингу компанії.....	9
1.2. Особливості використання інтернет-комунікацій у просуванні компанії.....	15
1.3. Сучасні тенденції розвитку комунікаційної політики із застосуванням інтернет-маркетингу.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ ТОВ "ТД "БІОЛА".....	27
2.1. Характеристика діяльності ТОВ «ТД «Біола».....	27
2.2. Аналіз комунікаційної політики підприємства ТОВ «ТД «Біола».....	33
2.3. Аналіз маркетингового мікросередовища ТОВ «ТД «Біола».....	40
2.4. Аналіз внутрішнього середовища компанії.....	54
2.5. SWOT-аналіз.....	56
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ТД «БІОЛА» ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ.....	60
3.1. Напрямки удосконалення комунікаційної політики компанії.....	60
3.2. Проект удосконалення комунікаційної політики ТОВ «ТД «Біола».....	65
3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	73
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	85