

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи Мг-16

Спеціальності 075 Маркетинг

Прохорова Єлизавета Володимирівна

Керівник: Красовська О.Ю., к.е.н., доц.

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Прохорова Є. В. Розробка комплексу маркетингових комунікацій із застосуванням Інтернет технологій

Випускна кваліфікаційна робота виконана з метою розробки комплексної програми просування рекламного агентства «Conversor». В роботі проведено аналіз сучасного стану рекламного ринку, виявлено тенденції його розвитку, дана загальна характеристика рекламного агентства «Conversor». Вивчено його внутрішнє і зовнішнє середовище. Поставлені корпоративні, маркетингові, комунікаційні та медійні цілі. На основі проведеного аналізу розроблено digital стратегії. Запропоновано комплексну програму просування рекламного агентства, представлена специфіка медіастратегії рекламної кампанії. На прикладі даного підприємства показана методика оцінки ефективності планування програми просування.

Ключові слова: маркетингова стратегія, організація маркетингової діяльності підприємства, комплекс маркетингу, рекламне агентство, маркетинговий аналіз підприємства, Інтернет маркетинг.

SUMMARY

Prokhorova Y.V. The Development of Marketing Communications Complex with the Internet technologies

The final qualifying work was performed for development a comprehensive promotion program for the advertising agency "Conversor". The analysis of the current state of the advertising market is carried out, the tendencies of its development are revealed, the general characteristic of the advertising agency "Conversor" is given. Its internal and external environment is researched. Corporate, marketing, communication and media goals are set. Based on the analysis, digital strategies and a comprehensive program to promote the advertising agency have been developed. The specifics of the media strategy of the advertising campaign are presented. The example of this company shows the method of assessing the effectiveness of planning a promotion program.

Keywords: marketing strategy, organization of marketing activity of the enterprise, marketing complex, advertising agency, marketing analysis of the enterprise, Internet marketing.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	
1.1. Сутність маркетингових комунікацій	8
1.2. Стан сучасного рекламного ринку в Україні	15
1.3. Інструменти digital маркетингу	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО І ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА «CONVERSOR»	
2.1. Загальна характеристика об'єкту дослідження	21
2.2. Програма маркетингу підприємства	22
2.3. SWOT-аналіз середовища рекламного агентства «Conversor»	33
2.4. Аналіз зовнішнього середовища рекламного агентства “Conversor”	34
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА «CONVERSOR» НА РИНКУ УКРАЇНИ	
3.1. Розробка маркетингової стратегії просування агентства «Conversor» за допомогою Digital маркетингу	38
3.2. Опис цільової аудиторії маркетингових комунікацій	42
3.3. Вибір digital інструментів для просування агентства «Conversor»	45
3.4. Розміщення таргетованої реклами на платформі Facebook і Instagram	50
3.5. Формування бюджету програми просування рекламного агентства «Conversor» в мережі інтернет	52
3.6. Оцінка ефективності просування рекламного агентства «Conversor» в мережі Інтернет	53
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	57