

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему

**«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ
УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу,

Групи Мгр-21 Корпач Н.О

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва ПІБ

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

Дніпро

2025

Анотація

Корпач Н.О. Інтернет-маркетинг як засіб удосконалення комунікаційної діяльності підприємства (на прикладі стартапу комп'ютерного клубу "LAG OFF")

У кваліфікаційній роботі бакалавра досліджено теоретико-практичні аспекти використання інтернет-маркетингу як інструменту підвищення ефективності комунікаційної діяльності підприємства. На прикладі стартапу комп'ютерного клубу "LAG OFF" проаналізовано внутрішнє та зовнішнє середовище, визначено основні характеристики цільової аудиторії, конкурентні переваги й недоліки клубу.

У ході дослідження розроблено стратегії цифрового просування, зокрема SMM-стратегію для соціальних мереж, заходи щодо впровадження гейміфікації та програми лояльності, а також концепцію створення повнофункціонального вебсайту з інтегрованою системою онлайн-бронювання. Запропоновані заходи спрямовані на підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів, зростання частоти повторних візитів і посилення конкурентоспроможності на ринку локальних клубів.

Ключові слова:

Інтернет-маркетинг, гейміфікація, програма лояльності, комп'ютерний клуб, онлайн-бронювання, SMM-стратегія, цифрові канали

Summary

Korpach N.O. Internet marketing as a tool for improving enterprise communication (on the example of the start-up computer club "LAG OFF")

In the bachelor's thesis, the theoretical and practical foundations of internet marketing as a tool for enhancing enterprise communication were explored. Based on the case of the "LAG OFF" computer club start-up, internal and external environments

were analysed, along with target audience profiling, identification of competitive strengths and weaknesses.

As a result of the research, several digital promotion strategies were developed: a social media (SMM) strategy, a gamification-based loyalty programme, and a fully functional website with an integrated online booking system. These solutions aim to strengthen brand awareness, attract new customers, increase repeat visits and improve the overall competitiveness of the brand on the local market.

Keywords: internet marketing, gamification, loyalty programme, computer club, online booking, SMM strategy, digital communications.

Зміст

ВСТУП.....	7
Розділ 1	10
1.1 Сутність інтернет-маркетингу як елемента цифрової трансформації бізнесу.....	10
1.2 Комунікаційна діяльність підприємства у цифровому середовищі	18
1.3 Інструменти інтернет-маркетингу та їх роль у взаємодії зі споживачами.....	21
Розділ 2 Аналіз інтернет-маркетингової та комунікаційної діяльності стартапу “LAG OFF”	28
2.1 Загальна характеристика стартапу “LAG OFF”	29
2.2. Аналіз цільової аудиторії комп’ютерного клубу.....	34
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства	38
2.4. SWOT-аналіз інтернет-маркетингу «LAG OFF».....	47
Розділ 3	51
Шляхи удосконалення інтернет-маркетингу та комунікаційної діяльності клубу “LAG OFF”	52
3.1. Стратегії вдосконалення інтернет-комунікацій для локального бренду	52
3.2. Розробка SMM-стратегії для залучення та утримання аудиторії.....	55
3.3. Впровадження гейміфікації та програми лояльності в цифрових каналах	56
3.4 Створення та оптимізація вебсайту / лендингу клубу.....	63
Висновки	71
Список використаних джерел	75
Додатки.....	78