

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ІНТЕРНЕТ ЯК НІША ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ТА ТОВАРІВ»

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

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Макієвська Таїсія Вадимівна

ПІБ

Керівник: Білоткач І.А. к.е.н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Макієвська Таїсія Вадимівна. В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи ресурсу інтернет як ніші для просування товарів або послуг на підприємстві, здійснено маркетинговий аналіз, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації просування товарів на підприємстві ТОВ «ЄВА РУШ». З урахуванням специфіки продукції підприємства ТОВ «ЄВА РУШ» та конкурентних умов запропоновано впровадження товарної моделі організації відділу маркетингу, рекомендовано проводити маркетинговий аудит діяльності власними силами двічі на рік, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства ТОВ «РУШ» ТМ «ЄВА» на ринку.

Ключові слова: інтернет, інтернет-маркетинг підприємства, комплекс маркетингу, контроль маркетингової політики підприємства, маркетинговий аналіз підприємства.

SUMMARY

Taisiya Vadimivna Makievska. In the qualification work, the theoretical and methodological foundations of the Internet resource as a niche for the promotion of goods or services at the enterprise were considered, a marketing analysis was carried out, recommendations were developed for improving the organization of the promotion of goods at the enterprise of "EVA RUSH" LLC. Taking into account the specifics of the products of the company "EVA RUSH" LLC and competitive conditions, it is proposed to introduce a product model of the organization of the marketing department, it is recommended to conduct a marketing audit of its own activities twice a year, which will contribute to increasing the competitiveness of the company "EVA RUSH" on the market.

Keywords: Internet, Internet marketing of the enterprise, complex marketing, control of the marketing policy of the enterprise, marketing analysis of the enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	8
1.1. Інтернет-маркетинг: суть, особливості, завдання.	8
1.2. Інструменти ефективного інтернет-маркетингу.	13
1.3. Оцінка переваг та ефективності інтернет-маркетингу для підприємства	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «РУШ» ТМ «ЄВА»	24
2.1. Загальна характеристика підприємства.	24
2.2. Аналіз базового ринку.	30
2.3. Рівень організації Інтернет-маркетингу в ТОВ «РУШ» ТМ «ЄВА».	38
2.4. Позиціонування та конкурентоспроможність підприємства.	41
2.5. SWOT-аналіз та PEST-аналіз підприємства.	45
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	52
3.1. Аналіз та оцінка системи просування магазину та розвиток стратегії Інтернет-маркетингу.	52
3.2. Оптимізація рекламної діяльності ТОВ «РУШ» ТМ «ЄВА» за допомогою економіко-математичної моделі з оптимізації витрат на проведення рекламної кампанії.	56
3.3. Рекомендації щодо просування магазину в мережі Інтернет та очікуваний результат.	60
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71
ДОДАТКИ	77