

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконала: здобувач 4 курсу,
групи МГ-16

Спеціальності 075 Маркетинг

Кирилюк Катерина Андріївна

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Кирилюк К.А. Інтернет-маркетинг як засіб удосконалення комунікаційної діяльності підприємства.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні основи Інтернет-маркетингу як засобу удосконалення комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «STUDENTWAY», здійснено аналіз маркетингового середовища підприємства, розроблено рекомендації щодо просування послуг підприємства в мережі Інтернет. З урахуванням специфіки послуг ТОВ «STUDENTWAY» обґрунтовано заходи з підвищення ефективності його комунікаційної діяльності в Інтернет-мережі, розроблено заходи щодо просування освітніх послуг, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємства на регіональному ринку.

Ключові слова: Інтернет-мережа, Інтернет-маркетинг, комунікаційна діяльність, освітні послуги.

SUMMARY

Kirilyuk K.A. Internet marketing as a means of improving the communication activities of the enterprise.

The qualification bachelor's thesis considers the theoretical bases of Internet marketing as a means of improving the communication activities of the enterprise STUDENTWAY Ltd, analyzes the marketing environment of the enterprise, develops recommendations for promoting the services of the enterprise on the Internet. Taking into account the specificity of the services of STUDENTWAY Ltd measures are justified to increase the efficiency of its communication activities in the Internet network, measures have been developed to promote educational services that contribute to increasing the competitiveness of the enterprise in the regional market.

Keywords: Internet, Internet marketing, communication activities, educational services.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ЯК ЗАСОБУ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Особливості Інтернет-маркетингу як інструменту маркетингових комунікацій.....	8
1.2. Основні інструменти Інтернет-маркетингу, їх переваги і недоліки.....	17
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «STUDENTWAY».....	34
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «STUDENTWAY».....	34
2.2. Огляд основних тенденцій розвитку ринку освітніх послуг.....	41
2.3. Сегментування ринку та позиціонування послуг ТОВ «STUDENTWAY».....	56
2.4. Аналіз маркетингового середовища підприємства. SWOT- аналіз.....	61
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «STUDENTWAY».....	68
3.1. Розробка заходів щодо вдосконалення маркетингових комунікацій ТОВ «STUDENTWAY».....	68
3.2. Заходи з підвищення ефективності комунікаційної діяльності підприємства із застосуванням Інтернет-маркетингу	74
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83