

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Освітній рівень **магістр**

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Затверджую:

Зав. кафедри _____

Тараненко Ірина Всеволодівна

д.е.н., професор

(підпис, прізвище, ім'я та по батькові,

науковий ступінь, вчене звання, посада)

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Остапенко Ользі Анатоліївні

(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи: «Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства ПрАТ «Нова Лінія» із застосуванням інтернет (соціальні мережі)»

2. Керівник роботи : Мішустіна Тетяна Сергіївна

(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом від «02» 09.2019р., №7009-У

3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 15.01.2020р.

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства, налаштування SMM реклами та розробка маркетингових заходів щодо просування сторінок у соціальних мережах.

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

1. Теоретичні основи просування в соціальних медіа
 - 1.1. Соціальні медіа як канал маркетингових комунікацій
 - 1.2. Статистика соціальних мереж
 - 1.3. Особливості застосування соціальних медіа для формату DIY
2. Характеристика і аналіз маркетингового середовища підприємства ПрАТ «Нова Лінія»
 - 2.1. Аналіз господарської діяльності
 - 2.2. Аналіз ринку DIY
 - 2.3. Аналіз зовнішнього середовища
 - 2.4. SWOT-аналіз
3. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій ПрАТ «Нова Лінія» із застосування інтернет (соціальні мережі)
 - 3.1. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій
 - 3.2. Розроблення SMM-стратегії для ПрАТ «Нова Лінія»
 - 3.3. Розрахунок ефективності проведених заходів

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Мішустіна Т.С., канд.екон.наук., доцент	_____ <i>Підпис консультанта</i>	_____ <i>Підпис здобувача</i>
2	Мішустіна Т.С., канд.екон.наук., доцент	_____ <i>Підпис консультанта</i>	_____ <i>Підпис здобувача</i>
3	Мішустіна Т.С., канд.екон.наук., доцент	_____ <i>Підпис консультанта</i>	_____ <i>Підпис здобувача</i>

7. Дата видачі завдання _____

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Розділ 1. Теоретичні основи просування в соціальних медіа	01.10.2019	
2.	Розділ 2. Характеристика об'єкта дослідження і аналіз маркетингового середовища підприємства ПрАТ «Нова Лінія».	30.10.2019	
3.	Розділ 3. Розробка маркетингових заходів щодо просування ПрАТ «Нова Лінія» у мережі «Інтернет»	16.12.2019	
4.	Оформлення роботи	15.01.2020	

Здобувач

_____ /Остапенко О.А./

Керівник кваліфікаційної роботи _____

_____ /Мішустіна Т.С./

А Н О Т А Ц І Я

Остапенко О.А. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій підприємства АТ «Нова Лінія» із застосуванням інтернет (соціальні мережі).

В кваліфікаційній роботі вдосконалення комплекс маркетингових комунікацій підприємства АТ «Нова Лінія» в Інтернет-мережі, здійснено аналіз маркетингового середовища підприємства, розроблено рекомендації щодо маркетингових заходів з просування ПрАТ «Нова Лінія» в Інтернет, а саме у соціальних мережах. Визначено економічну ефективність SMM реклами.

Ключові слова: маркетингові комунікації, маркетингові стратегії, маркетинговий аналіз підприємства, SMM (Social media marketing), соціальні мережі.

ANNOTATION

Ostapenko OA Improvement of the marketing communications complex of the enterprise Novaya Liniya JSC using the Internet (social networks).

In the qualification work of improving the marketing communications complex of the enterprise JSC "Nova Liniya" on the Internet network, the analysis of the marketing environment of the enterprise, the recommendations on marketing measures for the promotion of JSC "Nova Liniya" on the Internet, namely in social networks. SMM advertising cost effectiveness is determined.

Keywords: marketing communications, marketing strategies, enterprise marketing analysis, SMM (Social media marketing), social networks.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
розділ 1. Теоретичні основи просування в соціальних медіа	9
1.1. Соціальні медіа як канал маркетингових комунікацій	9
1.2. Аналітика та статистика соціальних мереж	18
1.3. Особливості застосування соціальних медіа для формату DIY (Do it yourself)	22
РОЗДІЛ 2. Характеристика і аналіз маркетингового середовища підприємства ПрАТ «Нова Лінія»	37
2.1. Аналіз господарської діяльності підприємства ПрАТ «Нова Лінія»	37
2.2. Аналіз ринку DIY (Do it yourself)	45
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища	50
2.4. Аналіз внутрішнього маркетингового середовища. SWOT-аналіз	61
Розділ 3. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій ПрАТ «Нова Лінія» з використанням соціальних мереж	66
3.1. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій	66
3.2. Розроблення SMM-стратегії для ПрАТ «Нова Лінія»	72
3.3. Розрахунок ефективності запропонованих заходів	80
ВИСНОВКИ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88