

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ»

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГ-18м

Спеціальності 075 Маркетинг

Селезньова Орина Юріївна

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

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Селезньова О. Ю. Просування послуг поліграфічного підприємства в мережі Інтернет.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи просування послуг підприємства ТОВ «ІД Подсолнух» в Інтернет-мережі, здійснено аналіз маркетингового середовища підприємства, розроблено рекомендації щодо маркетингових заходів з просування поліграфічних послуг ТОВ «ІД Подсолнух» в Інтернет. З урахуванням специфіки продукції підприємства «ІД Подсолнух» обґрунтовано стратегію просування бренду підприємства в Інтернет-мережі, розроблено маркетингові заходи щодо просування поліграфічних послуг, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства на регіональному ринку.

Ключові слова: Інтернет-мережа, комунікаційна політика, поліграфічні послуги, бренд, ефективність.

SUMMARY

Seleznova O. Y. Promotion of printing enterprise service on the Internet network.

The qualification master's thesis considers the theoretical and methodological bases of promoting the services of the enterprise «ID Podsolnukh» Ltd in Internet, analyzes the marketing environment of the enterprise, develops recommendations on marketing measures for the promotion of printing services of «ID Podsolnukh» Ltd in Internet. Taking into account the specificity of the products of «ID Podsolnukh» Ltd substantiated the strategy of promoting the brand of the enterprise in Internet, developed marketing measures for the promotion of printing services, which will increase the competitiveness of the enterprise in the regional market.

Keywords: Internet, communication policy, printing services, brand, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА В ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ.....	9
1.1. Суть і зміст маркетингової комунікаційної політики.....	9
1.2. Характеристика основних засобів комунікацій, їх переваги та недоліки.....	13
1.3. Електронний маркетинг як інструмент просування послуг підприємства в Інтернет-мережі.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ІД ПОДСОЛНУХ».....	23
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища ТОВ «ІД Подсолнух».....	23
2.2. Огляд основних тенденцій ринку поліграфічних послуг.....	30
2.3. Аналіз маркетингового середовища підприємства.....	33
2.3.1. Аналіз мікросередовища.....	33
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз.....	42
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності ТОВ «ІД Подсолнух».....	43
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПОСЛУГ ТОВ «ІД ПОДСОЛНУХ» В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....	45
3.1. Стратегія просування бренду ТОВ «ІД Подсолнух» в Інтернет-мережі.....	45
3.2. Розробка маркетингових заходів щодо просування поліграфічних послуг ТОВ «ІД Подсолнух» в мережі Інтернет.....	54
3.3. Розрахунок ефективності проведених заходів.....	64
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ.....	84