

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Розробка маркетингових заходів щодо просування
бренду в мережі Інтернет»**

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18м

Спеціальності 075 Маркетинг

Черніченко Валерія Валентинівна

Керівник: Яременко С.С.

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Черніченко В.В. Розробка маркетингових заходів щодо просування бренду в мережі Інтернет.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи розробки маркетингових заходів щодо просування бренду, здійснено маркетинговий аналіз діяльності, розроблено рекомендації щодо просування бренду підприємства ТОВ «Beauty Style House» у мережі Інтернет. З урахуванням специфіки діяльності ТОВ «Beauty Style House» як салону краси та конкурентних умов запропоновано комплекс просування послуг салону у мережі Інтернет з використанням методики Т. Григорчука, яка складається з восьми пов'язаних етапів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Beauty Style House» на ринку та зростання його показників ефективності.

Ключові слова: маркетингова концепція управління підприємством, маркетингові заходи, комплекс маркетингу, контроль маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства, мережа Інтернет, Інтернет-маркетинг.

SUMMARY

Chernichenko V.V. Development of marketing measures for brand promotion on the Internet.

In master's thesis the theoretical and methodological basis for the the development of marketing measures to promote the brand, conducted a marketing analysis of the activity, developed recommendations for the promotion of the brand of the company "Beauty Style House" on the Internet. Taking into account the specifics of Beauty Style House LLC as a beauty salon and competitive conditions, a complex of Internet salon services promotion using T. Grigorchuk's methodology was proposed, which consists of eight connected stages, which will increase the competitiveness of Beauty Style House LLC In the market and the growth of its performance indicators.

Keywords: marketing concept of enterprise management, marketing measures, marketing complex, control of enterprise marketing activity, enterprise marketing analysis, Internet network, Internet marketing.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ..... | 9 |
| 1.1. Просування товарів та його маркетингові особливості..... | 9 |
| 1.2. Характеристика основних інструментів просування товарів у мережі Інтернет..... | 17 |
| 1.3. Сучасний стан розвитку Інтернет-маркетингу та його роль у просуванні брендів у мережі Інтернет..... | 27 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «BEAUTY STYLE HOUSE»..... | 44 |
| 2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища ТОВ «Beauty Style House»..... | 44 |
| 2.2. Аналіз стану ринку..... | 63 |
| 2.3. Аналіз маркетингового середовища підприємства..... | 66 |
| 2.3.1. Аналіз мікросередовища..... | 66 |
| 2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз..... | 69 |
| 2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства..... | 71 |
| РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ ТОВ «Beauty Style House» В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ | 73 |
| 3.1. Заходи щодо просування бренду ТОВ «Beauty Style House» в мережі Інтернет..... | 73 |
| 3.2. Контроль маркетингової діяльності та аналіз ефективності запропонованих заходів..... | 81 |
| ВИСНОВКИ..... | 87 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 90 |
| ДОДАТКИ..... | 95 |