

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«Розробка діджитал стратегії підприємства сфери
послуг»**

Виконала здобувачка 2 курсу,
Групи МГ-18 вч
Спеціальності 075 «Маркетинг»
Шалигіна АннаОлександрівна

Керівник: к.е.н, доц.
Яременко Світлана Степанівна

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Шалигіна А.. Власні торговельні марки підприємства: створення та управління

В кваліфікаційній роботі магістра проведено аналіз івент ринку України. Проведено аналіз внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища, виконано SWOT-аналіз та визначено основні напрями вдосконалення діяльності компанії «Мама Заказала». Проаналізовано діяльність провідних компаній, що працюють в розважальному сегменті. Розроблено діджитал стратегію для підприємства сфери послуг.

Ключові слова:, ринок, маркетингове середовище, аналіз, комунікації, діджитал стратегія.

SUMMARY

Shalyhina A Company's own trademarks: creation and management

In qualification work of the master the analysis of events of the market of Ukraine is carried out. The analysis of internal and external marketing environment was conducted, SWOT analysis was carried out and the main directions of improvement of the activity of the company “Mother ordered” were determined. The activities of the leading companies operating in the entertainment segment are analyzed. A digital strategy for a service company has been developed.

Keywords :, market, marketing environment, analysis, communications, digital strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДІДЖИТАЛ СТРАТЕГІЇ

- 1.1. Сутність та історія виникнення діджитал-маркетингу
- 1.2. Канали отримання інформації та інструменти діджитал-маркетингу
- 1.3. Переваги діджитал-маркетингу у просуванні послуг в івент-індустрії
- 1.4. Особливості формування діджитал стратегії підприємства

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ІВЕНТ КОМПАНІЇ «МАМА ЗАКАЗАЛА»

- 2.1. Характеристика підприємства та аналіз господарської діяльності компанії
- 2.2. Аналіз ринку на якому працює компанія
- 2.3. Аналіз маркетингового середовища компанії
- 2.4. SWOT-аналіз компанії

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ДІДЖИТАЛ СТРАТЕГІЇ ІВЕНТ КОМПАНІЇ «МАМА ЗАКАЗАЛА»

- 3.1. Дослідження просування за допомогою використання діджитал-маркетингу
- 3.2. Аналіз діджитал каналів просування компанії
- 3.3. Розробка маркетингової стратегії просування для компанії

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ