

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 075 «маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
«маркетинг»

на тему: «Особливості PR діяльності в Інтернеті компанії «Репутації»
(назва теми)

Виконавець:

студент студента ЦЗВФН 4зф3

Дзюбак Анастасія Романівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., проф. І.Л. Литовченко

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

В наш час інтернет є не лише розважальною системою, а й основною сферою розповсюдження інформації та рекламної діяльності для багатьох компаній. В цей перелік також можна додати й ведення бізнесу лише в інтернеті. Все це обумовлено швидким розвитком видів концепцій та способів просування, що значно полегшує ведення різних видів діяльності компанії. І не дивлячись на темпи розвитку інформаційних технологій, незмінним залишається орієнтація на споживача и задоволення потреб клієнтів. Все більше компаній включає в перелік маркетингових інструментів саме інтернет мережу, в якості додаткового каналу просування и додаткової можливості взаємодії зі споживачем.

Метою роботи є дослідження теоретичних засад та практики організації PR діяльності інтернет-просторі.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

1. визначити поняття, види та переваги PR діяльності в інтернет-просторі;
2. розглянути відгуки, як основу репутації компанії в інтернеті та фактори які впливають на імідж компанії вцілому;
3. провести загальну характеристику діяльності компанії «Репутації»;
4. розглянути динаміку розвитку компанії та її маркетингове середовище;
5. розробити комплекс заходів та рекомендацій для компанії «Репутації» для оптимізації та покращення роботи.

Об'єктом дослідження є процес управління PR діяльністю в інтернет-просторі на прикладі діяльності компанії ТОВ «Репутації».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних положень організаційно-економічного характеру, спрямованих на оптимізацію PR діяльності компаній.

Методи дослідження. В процесі написання роботи були використані такі дослідницькі методи, як: метод ключових понять, системний аналіз, групування, порівняння; SWOT-аналіз, аналіз конкурентоспроможності

компанії, графічний та табличний методи; наукова абстракція та узагальнення.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та 5-ти додатків. Загальний обсяг роботи становить 101 сторінку. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 8 таблиць, 19 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ОСОБЛИВОСТІ PR ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРИ» розглянуто сутність PR діяльності в інтернет-просторі, розвиток інструментів для роботи над іміджем компанії в мережі та як відгуки впливають на імідж компанії в цілому.

У другому розділі «ОСОБЛИВОСТІ PR ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТОВ «РЕПУТАЦІЇ»» проаналізовано середовище компанії «Репутації», її конкурентне середовище та якість та корисність офіційного сайту компанії.

У третьому розділі «НАПРЯМИ РОЗВИТКУ І ОПТИМІЗАЦІЇ РОБОТИ КОМПАНІЇ «РЕПУТАЦІЇ»» запропоновано методи економічної підтримки та варіанти стимулювання продажу послуг та реклами на час кризових умов. Також були запропоновані нові пакети послуг для підтримки клієнтів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з них представлені нижче.

Проаналізувавши маркетингове середовище компанії «Репутації», ми бачимо, що є значні позитивні сторони та недоліки. SWOT-аналіз показав, що компанія добре тримається на ринку послуг України та Росії, але поки не готова до розширення на інші країни. Технічно це можливо, так як послуги повністю пов'язані з просуванням в мережі, але є достатня кількість ризиків, до яких компанія не готова. Це такі нюанси як:

- специфіка іноземних сайтів (мовний бар'єр);

- відсутність бази партнерів в інших країнах.
- немає можливості перевірити сумлінність клієнта, як в відношенні співробітників, так і по відношенню до клієнтів.
- вплив економічних і політичних чинників на результат роботи і задоволення клієнта.

Позитивними сторонами роботи компанії, звичайно, є вже напрацьована база контрагентів і партнерів, добре вивчений протокол можливих кризових ситуацій на ринку і продумані дії щодо задоволення клієнта навіть при важких економічних обставинах.

З аналізу конкурентоспроможності агентства, ми можемо зробити висновок, що необхідно зробити акцент на розрекламованість послуг, адже навіть в зараз в Україні даний вид послуг менш популярний ніж в інших країнах, а так як компанія повністю ознайоmlена зі специфікою роботи вітчизняних сайтів та має всі ресурси для виконання роботи, необхідно привернути увагу вітчизняних потенційних клієнтів. Сюди ж віднесемо пункт зі стимулюванням збуту. Необхідна підтримка клієнтів під час економічного спаду та акційні пропозиції, які зацікавлять потенційних клієнтів.

Аналіз сайту, та його місця у пошукових системах показав, що необхідні додаткові заходи просування в Яндекс системі. Слід зазначити чітку структуру наданої інформації на всіх ресурсах, рубрики і підрубрики знаходяться в логічного взаємозв'язку, що не перевантажують сайт і зручні для простого користувача.

В теперішніх умовах, не дивлячись на те, що компанія веде свою діяльність в інтернеті, також були значні втрати, як економічні так і технічно-внутрішні.

Компанія «Репутації» повністю пристосована до роботи у інтернет-просторі, але в умовах економічного спаду необхідно розглянути компенсацію втрат за допомогою нововведень.

Для відновлення процесу роботи над проектами постійних клієнтів та отримання мінімального прибутку компанія може запропонувати декілька варіантів пакетів послуг для підтримки позитивної репутації компанії. Приблизний період реабілітації чотири місяці, після чого клієнти зможуть повернутися до звичного режиму роботи над проектами. З наведених розрахунків, завдяки додатковому пакету послуг ми збільшимо дохід компанії на 109 250 грн в порівнянні з ситуацією, яка очікується при стандартній діяльності.

Розглянуті не лише методи економічної підтримки, але й варіанти стимулювання продажу послуг та реклами. До необхідних рекламних заходів віднесемо:

Наразі головним заданням компанії, щодо реклами є активізація всіх видів рекламного просування компанії, на момент «виведення бізнесу з кризи», саме тому необхідно виконати декілька рекомендацій, а саме:

1. Зайнятися соціальними мережами.
2. Зайнятися контекстною рекламою
3. Робота з директ-маркетингом.
4. Банерна реклама на сайтах партнерів.
5. SEO-просування
6. Просування додатку «PR Ambassador.

Виконуючи усі рекомендації, компанія ТОВ «Репутації» зможе підтримати динаміку свого прибутку, змінити поточну кількість проектів, та привернути увагу нових потенційних клієнтів.