МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності ___8.07075 Маркетинг___
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
_____Маркетинговий менеджмент_____
(назва магістерської програми)

на тему: «Інтернет-маркетинг підприємства «ITREND» на ринку послуг»

Виконавець:
студент ФМЕ факультету
Неупокоєва Ксенія Михайлівна
_____
/підпис/

Науковий керівник:
д.е.н., професор
Кухарська Наталія Олександрівна
_____
/підпис/

ОДЕСА – 2017

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми визначається новими економічними реаліями і необхідністю використання інтернет-технологій. На сьогоднішній день практично кожне підприємство, компанія або торгова фірма представляє себе в інтернеті за допомогою сайту. Інтернет-маркетинг може допомогти підприємству збільшити прибуток за рахунок мінімізації витрат. Це пов'язано з великими вигодами і зручностями, які отримують як споживачі, так і підприємства.

Мета дослідження:аналіз сучасного стану та проблем розвитку інтернет-маркетингової діяльності на ринку послуг (на прикладі підприємства "ITREND").

Завдання дослідження:

- визначити поняття інтернет-маркетингу в порівнянні з класичним маркетингом;
- провести аналіз інструментів інтернет-маркетингу;
- проаналізувати маркетингову діяльність ресурсу «ITREND»;
- оцінити рівень присутності підприємства в інтернет-середовищі;
- проаналізувати проблеми сайту і дати рекомендації щодо підвищення відвідуваності сайту підприємства ресурсу «ITREND».

Об'єкт дослідження: маркетингова діяльність підприємства ресурсу «ITREND» в інтернет-середовищі.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти маркетингової діяльності ресурсу «ITREND» (сайт itrend.com.ua)

Методи дослідження: історичні, монографічні, логічні, абстрактні, структурно економічні, статистичні, математичні, розрахункові і т.д. За допомогою цих методів відбувається обробка даних, аналіз літератури, теоретичний аналіз і синтез, аналогія, моделювання, конкретизації, оптимізація, класифікація, методи спостереження і збору даних, угруповання, прогнозування, порівняння та ін.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правові документи; результати вторинного аналізу наукової літератури; публікації в періодичних виданнях.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (69 найменувань). Загальний обсяг роботи становить ___ сторінок. Основний зміст викладено на ___ сторінках. Робота містить ___ таблиць, ___ рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти вивчення інтернет-маркетингу у діяльності підприємства на ринку послуг»* розглядаються теоретичні аспекти інтеграції маркетингової політики в сфері інтернет, сутність та особливості інтернет-маркетингу, подієвий маркетинг підприємства на ринку послуг.

У другому розділі «*Аналіз маркетингової діяльності підприємства «ITREND»*проаналізовано конкурентоспроможність підприємства. Розглянуто процес організації роботи сайту на основі Google Analytics підприємства “ITREND”. На основі маркетингового дослідження зроблені висновки щодо рекламних кампаній підприємства “ITREND”.

У третьому розділі «*Вдосконалення інтернет-маркетингової діяльності підприємства «ITREND»* Запропоновано вирішення існуючих проблем, шляхом удосконалення процесу організації рекламних кампаній підприємства “ITREND”, використання нових методів залучення уваги споживачів в сфері інтернет.

АНОТАЦІЯ

Неупокоєва К.М., «Інтернет-маркетинг підприємства «ITREND» на ринку послуг»,

(прізвище та ініціали студента) (назва кваліфікаційної роботи)

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «маркетинг»
за магістерською програмою «маркетинговий менеджмент»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2017 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об’єкт дослідження – підприємство «ITREND».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти інтернет-маркетингу, розглянуто специфіку просування у даній галузі. Проаналізовано маркетингове середовище ринку послуг. На основі аналізу конкурентоспроможності в сфері інтернет та аналізу головних показників аналітиці Google Analytics зроблений подієвий інтернет-маркетинг щодо вдосконалення рекламної кампанії «ITREND».

Детально проаналізовано конкурентоспроможність підприємства «ITREND». Розглянуто процес організації рекламних кампаній.

Запропоновано вирішення існуючих проблем, шляхом удосконалення процесу організації рекламних кампаній, використання нових методів залучення уваги споживачів через сферу інтернет.

Ключові слова:Інтернет-маркетинг, ринок послуг, соціальні мережі, маркетинг, просування, рекламні кампанії

ANNOTATION

Neupokoeva K.M., « Internet-marketing of the enterprise "ITREND"» in the market of services»

(*students surname and initials)* *(work title)*

thesis for Master degree in specialty «marketing»

under the program «marketing management»,

Odessa National Economic University

Odessa, 2017

Master's qualification work consists of three sections. The object of research - the enterprise "ITREND".

The theoretical aspects of Internet marketing are considered in the work, the specificity of advancement in this field is considered. The marketing environment of the market of services is analyzed. Based on the analysis of Internet competitiveness and analysis of key indicators of Google Analytics, an on-line Internet marketing has been done to improve the ITREND advertising campaign.

Competitiveness of "ITREND" company is analyzed in detail. The process of organizing advertising campaigns is considered.

The solution of existing problems is proposed, by improving the process of organizing advertising campaigns, using new methods of attracting consumers' attention through the Internet.

Keywords: Internet marketing, market of services, social networks, marketing, promotion, advertising campaigns