

АНОТАЦІЯ

Кожокар П. Ю. «Маркетингові комунікації на ринку провайдерських послуг. Телекомунікаційна компанія "TENET"»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика». - Одеський національний економічний університет. м. Одеса, 2025 рік

У роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти удосконалення комунікаційної політики підприємства, основні принципи та підходи до розробки ефективної комунікаційної стратегії, а також її вплив на збутову політику підприємства.

Проаналізовано актуальний стан маркетингової діяльності ТОВ НВП «ТЕНЕТ», зокрема воронки продажів та їх реалізацію в маркетингу соціальних мереж, email-маркетингу, роботі відділу продажів і служби підтримки, а також їхній вплив на обсяги продажів, життєвий цикл клієнта, рівень лояльності тощо. Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі маркетингових комунікацій телекомунікаційної компанії ТОВ НВП "ТЕНЕТ" з урахуванням специфіки ринку провайдерських послуг в умовах воєнного часу та стрімкої цифровізації.

У роботі вперше систематизовано вплив сучасних комунікаційних інструментів на взаємодію провайдера з клієнтами та сформульовано практичні рекомендації щодо вдосконалення комунікаційної політики з орієнтацією на потреби споживача. Отримані результати можуть бути використані для підвищення ефективності маркетингової діяльності компанії та посилення її конкурентоспроможності на ринку.

Ключові слова: маркетингові комунікації, провайдерські послуги, телекомунікаційна компанія "TENET", комунікативна, стратегія, комунікативні канали, маркетинг послуг, споживча поведінка, брендові комунікації, конкурентоспроможність.

ABSTRACT

Kozhokar P. "Marketing Communications in the Internet Service Provider Market: The Case of TENET Telecommunication Company"

This bachelor's thesis, submitted for the degree in Specialty 075 "Marketing" under the educational program "Marketing and International Logistics," was completed at Odesa National Economic University, Odesa, in 2025.

This study examines the theoretical and practical aspects of improving enterprise communication policy, including the fundamental principles and approaches to developing an effective communication strategy and its impact on a company's sales policy.

The current state of marketing activities at TENET LLC is analyzed, with a focus on sales funnels and their implementation in social media marketing, email marketing, and the operations of the sales and support departments. The research investigates their influence on sales volumes, customer lifecycle, and loyalty levels. The scientific novelty of this study lies in its comprehensive analysis of marketing communications within TENET LLC, considering the specific characteristics of the internet service provider market amidst wartime conditions and rapid digitalization.

This thesis systematically presents, for the first time, the impact of modern communication tools on provider-customer interaction and offers practical recommendations for enhancing communication policy with a focus on consumer needs. The findings can be utilized to improve the company's marketing effectiveness and strengthen its competitiveness in the market.

Keywords: marketing communications, internet service provider services, TENET telecommunication company, communication strategy, communication channels, services marketing, consumer behavior, brand communications, competitiveness.