

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

**СЕМИНА**

Александра Владимировна

**ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ GOOGLE  
ADWORDS И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
Старший преподаватель  
Мармашова С.П.

Допущена к защите  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга  
кандидат экономических наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 70 с., 13 рис., 11 табл., 64 источника, 4 прил.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, ИНСТРУМЕНТЫ,  
ЯНДЕКС.ДИРЕКТ, GOOGLE ADWORDS

**Цель исследования:** разработка мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности ООО «КиМа флекс» в сети Интернет на основе использования сервиса Google AdWords.

**Объект исследования:** интернет-реклама.

**Предмет исследования:** рекламная деятельность ООО «КиМа флекс» в сети Интернет с использованием сервиса Google AdWords.

**Методы исследования:** экономического анализа, аналитические и статистические методы исследования.

**Исследования и разработки:** исследованы теоретические основы интернет-маркетинга, проведен анализ маркетинговой деятельности ООО «КиМа флекс» и возможностей интернет-рекламы на основе использования Google AdWords, разработаны мероприятия интернет-рекламы ООО «КиМа флекс» в Google AdWords.

**Область возможного практического применения:** практический маркетинг ООО «КиМа флекс».

**Технико-экономическая, социальная значимость:** внедрение предложений по разработке рекламных мероприятий повысит узнаваемость организации на рынке, что позволит привлечь большее число заказчиков.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 70 стар., 13 мал., 9 табл., 64 выкарыстаных крыніц, 4 дадат.

ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, ІНСТРУМЕНТЫ,  
ЯНДЭКС.ДЫРЭКТ, GOOGLE ADWORDS

**Мэта даследавання:** распрацоўка мерапрыемстваў па ўдасканаленні рэкламнай дзейнасці ТАА «Кіма флекс» у сетцы Інтэрнэт на аснове выкарыстання сэрвісу Google AdWords.

**Аб'ект даследавання:** інтэрнэт-рэклама.

**Прадмет даследавання:** рэкламная дзейнасць ТАА «Кіма флекс» у сетцы Інтэрнэт з выкарыстаннем сэрвісу Google AdWords.

**Метады даследавання:** эканамічнага аналізу, аналітычныя і статыстычныя метады даследавання.

**Даследаванні і распрацоўкі:** даследаваны тэарэтычныя асновы інтэрнэт-маркетынгу, праведзены аналіз маркетынгавай дзейнасці ТАА «Кіма флекс» і магчымасцяў інтэрнэт-рэкламы на аснове выкарыстання Google AdWords, распрацаваны мерапрыемствы інтэрнэт-рэкламы ТАА «Кіма флекс» у Google AdWords.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** практычны маркетынг ТАА «Кіма флекс».

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** укараненне прапаноў па распрацоўцы рэкламных мерапрытый павысіць пазнавальнасць арганізацыі на рынку, што дазволіць прыцягнуць большую колькасць заказчыкаў.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## ABSTRACT

Thesis: 70 p., 13 fig., 9 tab., 64 used sources, 4 appl.

INTERNET MARKETING, INTERNET ADVERTISING, TOOLS,  
YANDEX.DIREKT, GOOGLE ADWORDS

**The purpose of the study:** development of measures to improve the advertising activities of LLC «Kim Flex» on the Internet through the use of Google AdWords service.

**The object of the research:** internet advertising.

**The subject of the study:** advertising activities of LLC «Kim Flex» on the Internet using the service Google AdWords.

**Research methods:** economic analysis, analytical and statistical research methods.

**Research and development:** the theoretical foundations of Internet marketing, the analysis of marketing activities of LLC «Kim Flex» and the possibilities of the Internet-based advertising using Google AdWords, measures Internet advertising, LLC «Kim Flex» in Google AdWords.

**Area of possible practical application:** practical marketing of LLC «Kim Flex».

**Technical and economic, social significance:** the introduction of proposals for the development of promotional activities will increase the recognition of the organization in the market, which will attract more customers.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, М. В. Интернет маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 352 с
2. Алексеев, И. В. Формирование понятия интернет-маркетинг / И. В. Алексеев // Актуальные проблемы развития общества, экономики и права. – 2014. – № 6. – С. 33-39.
3. Багаутдинова, Н. Г. Значимость интернет-маркетинга на современном этапе развития экономики / Н. Г. Багаутдинова, Н. С. Беликов // Казанский экономический вестник. – 2016. – № 4 (24). – С. 58-61.
4. Бакач, М. В. Некоторые аспекты интернет-маркетинга в современных условиях / М. В. Бакач // Экономика и социум. – 2016. – № 4-2 (23). – С. 773-777.
5. Барамыко, Л. В. Товарная политика и различные инструменты маркетинговых коммуникаций / Л. В. Барамыко // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. – № 35. – С. 35-40.
6. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы / С. Н. Бердышев. – М. : Изд-во «Дашков и Ко», 2015. – 120 с.
7. Блинова, Т. Н. Современные маркетинговые коммуникации: моно-графия / Т. Н. Блинова, Н. М. Герасименко, А. Н. Король; под науч. ред. проф. А. Н. Короля. – Хабаровск : РИЦ ХГУЭП, 2016. – 161 с.
8. Вагина, В. В. Эффективность инструментов интернет-маркетинга / В. В. Вагина // Теория и практика современной науки. – 2017. – № 4 (10). – С. 168-171.
9. Вирин, Ф. Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов / Ф. Ю. Вирин. – М. : Эксмо, 2014. – 224 с.
10. Вяхирев, Е. С. Медийная реклама как современный и актуальный инструмент интернет-маркетинга / Е. С. Вяхирев // Интернет-маркетинг. – 2016. – № 5. – С. 310-320.
11. Гайдар, А. А. Интернет-маркетинг как направление предпринимательства / А. А. Гайдар, М. Д. Варшав // Инновационные технологии управления. – 2016. – № 2. – С. 199-202.
12. Гаценко, Е. А. К вопросу об интернет-маркетинге / Е. А. Гаценко // Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. – 2016. – № 8. – С. 22-24.
13. Голованова, Д. П. Методы оценки и главные показатели эффективности рекламной деятельности в сети Интернет / Д. П. Голованова // Маркетинг и логистика. – 2016. – № 4. – С. 212-226.

14. Грубов, Е. О. Классификация современных инструментов интернет-маркетинга / Е. О. Грубов, Ю. В. Грубова // Современный менеджмент: проблемы и перспективы. – 2015. – № 4. – С. 379 – 383.
15. Данько, Т. П. Управление маркетингом : Учебник / Т. П. Данько. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 363 с.
16. Долгопол, В. И. Тенденции развития интернет-маркетинга / В. И. Долгопол, Е. О. Ревина // От синергии знаний к синергии бизнеса. – 2018. – № 9. – С. 595-599.
17. Жильцов, Д. А. Особенности развития современного интернет-маркетинга / Д. А. Жильцов // Проект для России. – 2016. – № 9. – С. 935-938.
18. Зажирская, К. И. Интернет-маркетинг: современная философия предпринимательства / К. И. Зажирская, Ю. И. Авадэни // Наука XXI века : опыт прошлого – взгляд в будущее. – 2016. – № 5. – С. 366-368.
19. Зайцева, Г. Е. Интернет-маркетинг, как перспективное направление развития компании / Г. Е. Зайцева // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2016. – № 12-1. – С. 88-92.
20. Заричная, А. А. Интернет-маркетинг как инструмент для продвижения малого бизнеса / А. А. Заричная, В. А. Безумнова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики. – 2016. – № 7. – С. 261-262.
21. Зюзина, Н. Н. Особенности развития интернет-маркетинга / Н. Н. Зюзина, Л. В. Покидко // Экономика и социум. – 2017. – № 1-1 (32). – С. 731-732.
22. Ивашкова, Н. И. Управление маркетингом: учебное пособие / Н. И. Ивашкова. – М. : ФОРУМ, ИД «Инфра-М», 2013. – 176 с.
23. Ильин, Н. П. Повышение эффективности процедур интернет-маркетинга / Н. П. Ильин // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2016. – № 45. – С. 172-176.
24. Интернет-маркетинг. Учебник для академического бакалавриата под общ. ред. О. Н. Романенковой. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 288 с.
25. Какие виды рекламы можно использовать в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://reklamaplanet.ru/marketing/vidy-internet-reklamy/>. – Дата доступа : 24.03.2019.
26. Кензина, Ц. З. Интернет-маркетинг : понятие и актуальность / Ц. З. Кензина, Б.А. Манджиев // Молодой ученый. – 2016. – № 27-2 (131). – С. 18-20.
27. Коваленко, А. Е. Базовые показатели интернет-маркетинга: комплексный подход к оценке эффективности рекламы / А. Е. Коваленко // Бизнес и общество. – 2016. – № 3 (11). – С. 7-9.
28. Козырь, Н. С. Повышение конкурентоспособности компаний

посредством интернет-коммерции / Н. С. Козырь, В. В. Козенко // Современные технологии управления. – 2015. – № 5 (53). – С. 25-31.

29. Костарева, А. М. Особенности применения вирусного маркетинга в развитии рыночной деятельности современных предприятий / А. М. Костарева, Н. О. Старкова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2013. – № 88. – С. 642-652.

30. Костромина, Е. А. Основные инструменты и тенденции интернет-маркетинга / Е. А. Костромина, К. Г. Буряков // Директор по маркетингу и сбыту. – 2017. – № 4. – С. 18-27.

31. Котлер, Ф. Основы маркетинга / перевод с англ. В. Б. Боброва. – М. : Изд-во «Вильямс», 2016. – 752 с.

32. Курочкина, А. Ю. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. Ю. Курочкина, С. Б. Голубцов, О. А. Погребова. – СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 88 с.

33. Лучшие инструменты интернет-маркетинга : обзор платных и бесплатных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://sales-generator.ru/blog/instrumenty-internet-marketinga/>. – Дата доступа : 24.03.2019.

34. Найденко, В. В. Значение интернет-маркетинга в современной экономике / В. В. Найденко // Инновационные научные исследования : теория, методология, практика. – 2017. – № 5. – С. 121-123.

35. Настройка рекламы Google AdWords 2019: пошаговая инструкция [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://internet-marketings.ru/nastrojka-reklamy-google-adwords-poshagovaya-instrukciya/>. – Дата доступа : 24.03.2019.

36. О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет : Указ Президента Республики Беларусь от 1 февраля 2010 г. № 60 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31000060>. – Дата доступа : 20.03.2019.

37. О некоторых вопросах осуществления розничной торговли по образцам с использованием сети Интернет : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 08.09.2006 № 1161 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic23/text993.htm>. – Дата доступа : 20.03.2019.

38. Об утверждении Положения о порядке работы компьютерных клубов и Интернет-кафе : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 10 февраля 2007 г. № 175 [Электронный ресурс]. – Режим

доступа : <https://normativka.by/lib/document/500080003>. – Дата доступа : 20.03.2019.

39. Официальный сайт ООО «КиМа Флекс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kimaflex.by>. – Дата доступа : 16.03.2019.

40. Панферова, А. С. Email-рассылка – перспективный инструмент интернет-маркетинга / А. С. Панферова // Рекламный вектор : актуальные коммуникации. – 2017. – № 6. – С. 175-178.

41. Пенькова, И. В. Интернет-маркетинг: инструменты продаж / И. В. Пенькова, Л. И. Дытюк // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики. – 2015. – № 4. – С. 271-272.

42. Пикулева, А. Н. Инструменты интернет-маркетинга / А. Н. Пикулева, О. В. Лопырева // Современные проблемы горно-металлургического комплекса. – 2016. – № 8. – С. 207-210.

43. Подробное руководство по Google AdWords (Google Ads) для новичков : как настроить контекстную рекламу [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://texterra.ru/blog/polnoe-rukovodstvo-po-google-adwords-dlya-novichkov-kak-nastroit-kontekstnuyu-reklamu.html>. – Дата доступа : 24.03.2019.

44. Попов, Е. В. Продвижение товаров и услуг : Учебное пособие / Е. В. Попов. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 320 с.

45. Правила Google Рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ru>. – Дата доступа : 24.03.2019.

46. Преимущества рекламы в Google AdWords [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://pear-advert.ru/preimushhestva-reklamy-v-google-adwords/>. – Дата доступа : 24.03.2019.

47. Присакарь, И. И. Интернет-маркетинг как современная платформа для развития бизнеса / И. И. Присакарь // Бизнес информ. – 2015. – № 12 (455). – С. 333-339.

48. Продан, А. А. Интернет-маркетинг: основы и преимущества / А. А. Продан // Вопросы экономики и управления. – 2016. – № 3-1. – С. 129-131.

49. Прохорова, А. М. Основные понятия и инструменты интернет-маркетинга / А. М. Прохорова // Наука и современность. – 2016. – № 46. – С. 114-118.

50. Самигуллина, А. Ф. Интернет-маркетинг как направление концепции маркетинга взаимодействия / А. Ф. Самигуллина, Д. Р. Хайрутденова // Конкурентоспособность в глобальном мире : экономика, наука, технологии. – 2016. – № 9-1 (23). – С. 188-190.

51. Соколова, И. В. Исследование понятия интернет-маркетинга / И. В. Соколова // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 20. – С. 112-



52. Сорокина, Н. Е. Интернет-маркетинг как средство повышения конкурентоспособности организации / Н. Е. Сорокина, Н. В. Хмелькова // Успехи современной науки и образования. – 2017. – Т. 2. № 1. – С. 173-174.

53. Старкова, Н. О. Виды и особенности маркетинговых коммуникаций в интернет-среде / Н. О. Старкова, И. В. Соколова // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 11-3 (52-3). – С. 422-426.

54. Стрельникова, Е. С. Эффективные инструменты современного интернет-маркетинга / Е.С. Стрельникова // Научно-методический журнал Концепт. – 2017. – № 4. – С. 382-386.

55. Сухов, С. Интернет-маркетинг на 100 % / С. Сухов. – СПб. : Изд-во «Питер», 2014. – 240 с.

56. Тепляков, В. А. Основные инструменты интернет-маркетинга / В. А. Тепляков // Достижения науки и образования. – 2018. – № 2 (24). – С. 23-25.

57. Трунова, А. А. Теоретические основы интернет-маркетинга / А. А. Трунова // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2016. – № 31. – С. 31-35.

58. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг : учебник / И. В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПбГУЭиФ, 2015. – 420 с.

59. Холмогоров, В. Интернет-маркетинг : Краткий курс / В. Холмогоров. – СПб. : Питер, 2015. – 183 с.

60. Черевко, С. П. Инструменты интернет-маркетинга / С. П. Черевко // Актуальные вопросы права, экономики и управления. – 2017. – № 2. – С. 281-283.

61. Чижиков, Ю. Н. Динамика развития и особенности интернет-маркетинга в условиях глобализации продаж / Ю. Н. Чижиков, З. Н. Шуклина // Вектор экономики. – 2016. – № 6 (6). – С. 10-13.

62. Шурчкова, Ю. В. Современные принципы маркетинговых коммуникаций в сети Интернет : монография / Ю. В. Шурчкова. – Воронеж : Научная книга, 2016. – 120 с.

63. Щербакова, О. Э. Интернет-маркетинг: обман или способ заработать? / О. Э. Щербакова // Экономика в социокультурном пространстве современности: проблемы, решения, прогнозы. – 2016. – № 10. – С. 322-327.

64. Щетилина, И. П. Интернет-маркетинг как инструмент увеличения продаж / И. П. Щетилина // Экономика. Инновации. Управление качеством. – 2017. – № 3 (16). – С. 56-57.