

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы

МАЗУРКЕВИЧ

Александра Васильевна

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЕМ ПРОДУКЦИИ В СЕТИ
ИНТЕРНЕТ ООО «ИЗМЕТ»**

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
старший преподаватель
О. Г. Черненко

Допущена к защите

«_____» _____ 2018 г.

Зав. кафедрой менеджмента и экономики социальной сферы,
кандидат экономических наук, доцент Н. В. Манцурова

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 92 с., 17 рис., 26 табл., 59 источник, 10 прил.

ПРОДВИЖЕНИЕ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПРОДВИЖЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ, ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ, SEO-ПРОДВИЖЕНИЕ, SMM, АУТСОРСИНГ

Объект исследования: ООО «Измет».

Предмет исследования: управление продвижением ООО «Измет» в сети Интернет.

Цель исследования: разработать направления повышения эффективности управления продвижением продукции ООО «Измет» в сети Интернет.

Методы исследования: анализа и синтеза, сопоставления и сравнения, балансовый, графической интерпретации, логический метод.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы управления продвижением продукции в Интернет, проанализировано управление продвижением продукции, разработаны направления повышения эффективности управления продвижением продукции ООО «Измет» в сети Интернет с использованием инструментов SEO и SMM, а также с внедрением онлайн-коммуникаций.

Технико-экономическая, социальная значимость: реализация предложенного комплекса продвижения обеспечит для ООО «Измет» прирост продаж на 7,1 %, или на 220,8 тыс. руб. и увеличение прибыли от реализации на 33,0 тыс. руб., или на 4,7 % за год. При этом с учетом эффекта операционного рычага рост расходов на продвижение и повышение интенсивности использования инструментов таргетированной и контекстной рекламы будет обеспечивать более высокие темпы прироста продаж и, соответственно, прибыли от реализации организации.

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.

ANNOTATION

Thesis work: 92 p., 17 pic., 26 tabl., 59 sources, 10 app.

PROMOTION, ADVERTISING, PROMOTIONAL ACTIVITY, INTERNET PROMOTION, INTERNET COMMUNICATIONS, SEO-PROMOTION, SMM, OUTSOURCING

Object of the study: activity of Izmet LLC.

Research subject: promotion management of Izmet LLC in the Internet.

The purpose of the research: to develop directions for improving the management of the promotion of the products of LLC Izmet in the Internet.

Research methods: analysis and synthesis, comparison and comparison, balance, graphical interpretation, logical method.

Research and development: the theoretical bases of product promotion in the Internet are studied, the management of product promotion is analyzed, directions are developed to improve the management of promotion of Izmet products in the Internet using SEO and SMM tools, as well as the introduction of online communications.

Technical, economic, social significance: the implementation of the proposed promotion package will ensure for Izmet LLC an increase in sales by 7.1%, or by 220.8 thousand rubles. and an increase in profit from sales by 33.0 thousand rubles, or 4.7% per year. At the same time, taking into account the effect of the operating leverage, the growth of expenses for promotion and increase in the intensity of the use of targeted and contextual advertising tools will ensure higher growth rates of sales and, accordingly, profit from the sale of the organization.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 352 с.
2. Андрейченко, Н. В. Social networking for success branding and PR-activities /Н. В. Андрейченко, Е. Ю. Полякова [Электронный ресурс] // Портал CyberLeninka. – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/social-networking-for-successful-branding-and-pr-activities>. – Дата доступа: 05.03.2018.
3. Барабаш, В. В. Реклама и маркетинг / В. В. Барабаш, В.Л. Музыкант – М.: ПАИМС, 2013. – 298 с.
4. Басовский, Л. Е. Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 219 с.
5. Болт, Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт. – М.: Экономика, 2011. – 271 с.
6. Болтрукевич, О. Воздействие рекламы на потребителя. / О. Болтрукевич, Е. Лаврищева // Маркетинг: идеи и технологии. – 2014. - №2. – С. 60-61.
7. Бурцев, В. В. Каналы сбыта / В. В. Бурцев // Маркетинг в России и за рубежом – 2012. – №4. – С. 19-24.
8. Бухгалтерский баланс ООО «Измет» за 2015 г.
9. Бухгалтерский баланс ООО «Измет» за 2016 г.
10. Бухгалтерский баланс ООО «Измет» за 2017 г.
11. Годовой отчет по плану развития отдела маркетинга ООО «Измет»
12. Головачев, А. С. Комплексный подход к стимулированию сбыта продукции в системе повышения конкурентоспособности товаров / А. С. Головачев, М. А. Головачева // Экономика и управление. – 2012. - №1. – С. 3-12.
13. Голубков, Е. П. Генерация идей как этап процесса разработки нового продукта / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и зарубежом. – 2014. – № 2. – С. 17-23.
14. Губский, А. Возникновение и развитие Интернет-маркетинга / А. Губский [Электронный ресурс] // Официальный портал «ТОП-Маркетинг». – 2018. – Режим доступа: <http://topmarketing.by/internet-marketing/vozniknovenie-i-razvitie-internet-marketinga.html>. – Дата доступа: 05.03.2018.
15. Данилина, М. В. Инструментарий интернет-маркетинга и его значение в современной экономике / М. В. Данилина, Т. В. Дейнекин [Электронный ресурс] // Портал CyberLeninka. – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-internet-marketinga-i-ego-znachenie-v-sovremennoy-ekonomike>. – Дата доступа: 05.03.2018.

16. Демичева, Е. В. Использование интернет-маркетинга в системе продвижения продукции / Е. В. Демичева // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2011. – № 3. – С. 66-69.
17. Диденко, Н. И. Международный маркетинг: учебник / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Люберцы: Юрайт, 2015. – 556 с.
18. Диксон, П. Управление маркетингом / П. Диксон. – М.: ЗАО «Изд-во БИНОМ», 2011. – 520 с.
19. Дурович, А. П. Маркетинг в условиях глобализации: монография / А. П. Дурович ; Федерация профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО». – Минск: МИТСО, 2016. – 147 с.
20. Ершов, В. Е. Тенденции развития цифровых каналов брендовых коммуникаций / В. Е. Ершов // Концепт. – 2015. – № 24. – С. 18-24.
21. Жуков, А. В. Обоснование способов и средств интернет-продвижения товара по этапам жизненного цикла / А. В. Жуков [Электронный ресурс] // Портал CyberLeninka. – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-sposobov-i-sredstv-internet-prodvizheniya-tovara-po-etapam-zhiznennogo-tsikla>. – Дата доступа: 05.03.2018.
22. Ильичева, И. В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / И. В. Ильичева. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 158 с.
23. Калужский М. Л. Четыре вида продвижения товара с маркетинге/ М. Л. Калужский [Электронный ресурс] // Портал Элитариум – 2018. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/prodazhi-prodvizhenie-tovar-marketing-reklama-sponsorstvo-torgovlja/> – Дата доступа: 05.03.2018.
24. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / А. И. Алексеева [и др]; отв. Ред. А. И. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 672 с.
25. Кононов, В. О. Интернет-продвижение продукта. Тенденция развития / В. О. Кононов // Известия Российского государственного университета им. А. И. Герцена. – 2011. – № 4. – С. 177-183.
26. Контекстная реклама: 40 популярных вопросов и ответов [Электронный ресурс] // Gusarov-Group. – Режим доступа: <https://gusarov-group.by/kontekstnaya-reklama-40-populyarnyih-voprosov-i-otvetov/>. – Дата доступа: 30.02.2018.
27. Коньков, А. Диагностика сильных и слабых сторон компании // Промышленный маркетинг. – 2013. – № 5. – С. 28-31.
28. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2016. – 496 с.
29. Коханов, Е. Ф. Теоретические и методологические основы PR-деятельности: Монография / Е. Ф. Коханов – М.: «РИП - холдинг», 2014 – 202 с.

30. Кузнецова, Л. В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Л. В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2013. – 139 с.
31. Курочкина, С. А. Роль интернет-маркетинга и электронной коммерции на современном предприятии / С. А. Курочкина // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2011. – № 5. – С. 21-23.
32. Ламбен Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж. Ж. Ламбен - СПб. Питер, 2006. – 64 с.
33. Мазилкина, Е. И. Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие / Е. И. Мазилкина. – М.: Дашков и К, 2012. – 256 с.
34. Мамардашвили, А. Экспертная оценка элементов маркетинговых коммуникаций / А. Мамардашвили // Служба PR. – 2013. – № 4. – С. 18-21.
35. Маркетинг: учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2013. – 335 с.
<http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=1047>
36. Медведева, С. В. Электронная реклама на корпоративном сайте / С. В. Медведева // Кант. – 2014. – № 2. – С. 28-30.
37. Миннималиев, Ф. М. Интернет-маркетинг как современное средств коммуникации / Ф. М. Миннималиев [Электронный ресурс] // Портал CyberLeninka. – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-marketing-kak-sovremennoe-sredstvo-kommunikatsii>. – Дата доступа: 05.03.2018.
38. Михалева Е. П. Маркетинг. Конспект лекций/ Е. П. Михалева – М, 2010. - 224 с.
39. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ю. В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
40. Основы теории коммуникации / Под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2013. – 615 с.
41. Отчет о прибылях и убытках ООО «Измет» за 2015 г.
42. Отчет о прибылях и убытках ООО «Измет» за 2016 г.
43. Отчет о прибылях и убытках ООО «Измет» за 2017 г.
44. Отчет по труду ООО «Измет» (форма 1-МП, раздел 2) за 2015 г.
45. Отчет по труду ООО «Измет» (форма 1-МП, раздел 2) за 2016 г.
46. Отчет по труду ООО «Измет» (форма 1-МП, раздел 2) за 2017 г.
47. Официальный сайт GoogleAdwords [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adwords.google.com/>. – Дата доступа: 30.03.2018.
48. Официальный сайт ООО «Измет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.izmet.by/>. – Дата доступа: 28.03.2018.
49. Официальный сайт Яндекс.Метрика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://metrika.yandex.ru/list>. – Дата доступа: 30.03.2018.

50. Официальный сайт ООО «Коричник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://korica.by/>. – Дата доступа: 30.03.2018.

51. Платформа LiveTex. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://livetex.ru/?utm_medium=cpc&utm_source=yandex&utm_campaign=livetex-ya-search-by-brand-21649791&utm_term=livetex&utm_content=7216678583__v3%7C%7C2883862731%7C%7C7216678583%7C%7Clivetex%7C%7C2%7C%7Cpremium%7C%7Cgo.mail.ru%7C%7Csearch%7C%7Cno&block=premium&pos=2&source=go.mail.ru®ion_name=%D0%9C%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA&yclid=2920915523619790172 – Дата доступа: 20.03.2018.

52. Полякова, О. В. Концепции маркетинговых коммуникаций / О. Полякова // Маркетинг. – 2011. - №5. – С. 62-73.

53. Спиридонова, Г. В. Интернет-маркетинг в коммуникациях эффективного продвижения / Г. В. Спиридонова // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. – № 2. – С. 27-29.

54. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг: монография / О. С. Сухарев. – М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 352 с.

55. Тихомиров, В. П. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинг коммуникации: Учебное пособие / В. П. Тихомиров. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.

56. Черненко, О. Г. Использование Интернет в маркетинге / О. Г. Черненко // Развитие теории и практики менеджмента и маркетинга: Сборник научных трудов. / под общей редакцией И. Л. Акулича. – Минск: БГЭУ, 2001. – 219 с.

57. Штатное расписание ООО «Измет» за 2015 г.

58. Штатное расписание ООО «Измет» за 2016 г.

59. Штатное расписание ООО «Измет» за 2015 г.