

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»

ФАКУЛЬТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»

Кафедра маркетинга

ГОЛОЦЕВИЧ
Александр Иванович

**ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ
УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Магистерская диссертация

специальность

1-26 81 05 Маркетинг

Научный руководитель
Галина Семеновна Храбан
к.т.н., доцент

Допущена к защите
«___» _____ 2019 г.
Заведующий кафедрой
маркетинга
_____ Н.В. Черченко
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1 РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	7
1.1 Информационные технологии как составляющая инновационного маркетинга-менеджмента.....	7
1.2 Использование современных информационных технологий для обеспечения конкурентных преимуществ предприятия.....	14
1.3 Отечественный и зарубежный опыт применения информационных технологий в качестве инструмента повышения конкурентоспособности предприятия.....	22
ГЛАВА 2 ОЦЕНКА РОЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ WEBCOM GROUP	29
2.1 Характеристика Webcom Group и его конкурентной позиции	29
2.2 Анализ и оценка эффективности применения информационных технологий в деятельности Webcom Group	47
2.3 Направления оптимизации деятельности предприятия с помощью современных информационных технологий	69
ГЛАВА 3 ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕШЕНИИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	73
3.1 Разработка мероприятий по активизации практического применения информационных технологий для решения маркетинговых задач	73
3.2 Экономическое обоснование проектных решений и их влияние на укрепление конкурентной позиции предприятия.....	86
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	93
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ А Награды Webcom Group.....	100
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Пример скрипта по проверке конфликтов ключевых слов в рекламном аккаунте google.ads.....	102

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация: 99 с., 64 рис., 4 табл., 70 источника, 2 приложения.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, КОНКУРЕНЦИЯ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА, GOOGLE, YANDEX

Объект исследования – информационные технологии, как способ повышения конкурентоспособности предприятия.

Предмет исследования – составные элементы современной интернет-рекламы.

Цель работы – повышение конкурентоспособности предприятия за счет пересмотра существующих бизнес-процессов и оптимизации деятельности.

В процессе работы было конкретизировано понятие «интернет-маркетинга», определены его основные элементы, инструменты, актуальные на данный момент; разработаны рекомендации по совершенствованию существующего бизнес-процесса по оптимизации предоставления отчетов существующим клиентам, было предложено направление по оптимизации существующей CRM системы.

Областью возможного практического применения являются рекомендации по совершенствованию существующих механизмов отслеживания эффективности рекламы в сети-интернет. Оптимизация процессов по предоставлению отчетности о рекламных кампаниях клиентам.

Элементом научной новизны полученных результатов является подход в предоставлении запрашиваемой информации (отчетности), а также оптимизация процесса по отслеживанию эффективности рекламы в сети интернет.

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

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Master thesis: 99 p., 64 pict., 4 tab., 70 sources, 2 applications.

Key words: INTERNET MARKETING, COMPETITION, CONTEXT ADVERTISING, THROUGH ANALYTICS, GOOGLE, YANDEX

The object of study - information technology, as a way to improve the competitiveness of the enterprise.

Subject of research - the constituent elements of modern online advertising.

The goal of the work is to increase the competitiveness of an enterprise by revising existing business processes and optimizing activities.

In the process of work, the concept of “Internet marketing” was specified, its main elements and tools that are relevant at the moment were defined; recommendations for improving the existing business process to optimize the provision of reports to existing customers were developed, and a direction was suggested to optimize the existing CRM system.

The area of possible practical application are recommendations for improving the existing mechanisms for tracking the effectiveness of advertising on the Internet. Optimization of processes for reporting on advertising campaigns to customers.

An element of the scientific novelty of the results is an approach to providing the requested information (reporting), as well as streamlining the process of tracking the effectiveness of advertising on the Internet.

The author confirms that the analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological provisions and concepts borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация: 99 с., 64 мал., 4 табл., 70 крыніц, 2 прыкладання.

Ключавыя словы: ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, КАНКУРЭНЦЫЯ, КАНТЭКСТНАЯ РЭКЛАМА, СКРАЗНАЯ АНАЛІТЫКА, GOOGLE, YANDEX

Аб'ект даследавання - інфармацыйныя тэхналогіі, як спосаб павышэння канкурэнтаздольнасці прадпрыемства.

Прадмет даследавання - складовыя элементы сучаснай інтэрнэт-рэкламы.

Мэта работы - павышэнне канкурэнтаздольнасці прадпрыемства за кошт перагляду існуючых бізнес-працэсаў і аптымізацыі дзейнасці.

У працэсе работы было канкрэтызавана паняцце «інтэрнэт-маркетынгу», вызначаны яго асноўныя элементы, інструменты, актуальныя на дадзены момант; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні існуючага бізнес-працэсу па аптымізацыі прадастаўлення справаздач існуючым кліентам, было прапанавана кірунак па аптымізацыі існуючай CRM сістэмы.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па ўдасканаленні існуючых механізмаў адсочвання эфектыўнасці рэкламы ў сеткі-інтэрнэт. Аптымізацыя працэсаў па прадастаўленні справаздачнасці аб рэкламных кампаніях кліентам.

Элементарам навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляецца падыход у прадастаўленні запытваемага інфармацыі (справаздачнасці), а таксама аптымізацыя працэсу па адсочванні эфектыўнасці рэкламы ў сеткі інтэрнэт.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ашманов, И. Продвижение сайта в поисковых системах / И. Ашманов, С. Иванов. – М, 2010. – 304 с.
2. Бабаев, А. Контекстная реклама / А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. – М: Питер, 2011. – 304 с.
3. Вирин, Ф.Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов / Ф.Ю. Вирин. – М: Эксмо, 2010. – 224 с.
4. Геддс, Б. Google AdWords. Исчерпывающее руководство / Б. Геддс. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 624 с.
5. Доши, Н. Заряженные на результат / Н. Доши, Л. Макгрегор. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 320 с.
6. Друкер, П. Практика менеджмента / П. Друкер. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 416 с.
7. Дыкан, А. Увеличение продаж с SEO / А. Дыкан, И. Севостьянов. – М: Питер, 2016. – 272 с.
8. Заррелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта / Д. Заррелла. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 192 с.
9. Кажарнович, В.Ф. SEO на результат. Простые и понятные методы продвижения в интернете / В.Ф. Кажарнович. – М: Питер, 2017. – 320 с.
10. Казн, Г. Поисковая оптимизация сайтов. Исчерпывающее руководство / Г. Казн, Д. Граппоне. – М: Эксмо, 2012. – 528 с.
11. Клифтон, Б. Google Analytics для профессионалов / Б. Клифтон. – М: Вильямс, 2017. – 608 с.
12. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – Москва, 2007. – 816 с.
13. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М: Вильямс, 2006. – 496 с.
14. Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев. – М: Альпина Паблишер, 2018. – 303 с.
15. Манн, И. Интернет маркетинг на 100% / И. Манн. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 392 с.
16. Маршалл, П. Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords / П. Маршалл, Б. Тодд. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 207 с.

17. Одден, Л. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему / Л. Одден. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 384 с.
18. Отчет о прибылях и убытках Webcom Perfomance. – Минск: 2017. – 9 с.
19. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М: Альпина Паблишер, 2018. – 454 с.
20. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М: Альпина Паблишер, 2017. – 716 с.
21. Рассел, Д. Веб-аналитика / Д. Рассел, Р. Кол. – М: Книга по требованию, 2013. – 162 с.
22. Репьев, А. Маркетинговое мышление / А. Репьев. – М: Библос, 2014. – 510 с.
23. Роуз, Р. Управление контент-маркетингом. Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса / Р. Роуз, Д. Пулицци. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
24. Севостьянов, И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / И. Севостьянов. – М: Питер, 2014. – 272 с.
25. Солодар, М. Воронка продаж в интернете / М. Солодар. – М: Эксмо, 2018. – 240 с.
26. Стелзнер, М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / М. Стелзнер. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 288 с.
27. Траут, Д. Дифференцируйся или умирай. Светило коммуникаций / Д. Траут. – М: Питер, 2018. – 368 с.
28. Фил, Б. Взлом маркетинга / Б. Фил. – М, 2017. – 304 с.
29. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
30. Царевский, Ф. Яндекс.Директ. Как получать прибыль, а не играть в лотерею / Ф. Царевский. – М: Питер, 2017. – 224 с.
31. Эш, Т. Повышение эффективности интернет-рекламы. Оптимизация целевых страниц для улучшения конверсии / Т. Эш. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 416 с.
32. Яковлев, А. Веб-аналитика: основы, секреты, трюки / А. Яковлев, А. Довжиков. – М: БХВ-Петербург, 2010. – 266 с.
33. Mangold, B. Learning Google AdWords and Google Analytics / B. Mangold, – 2015. – 480 с.

34. Анализ путей конверсии // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://support.google.com/analytics/answer/1191209?hl=ru>. – Дата доступа: 25.10.2018.
35. Анализ роли канала // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://support.google.com/analytics/answer/1191204?hl=ru>. – Дата доступа: 25.10.2018.
36. Аналитика форм // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/metrika/behavior/web-forms.html>. – Дата доступа: 21.10.2018.
37. Бондарь, А. Объём мирового рынка интернет-рекламы составит \$158 млрд в 2015 году / А. Бондарь // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.searchengines.ru/seoblog/obyem_mirovogo_rynka_inte.html. – Дата доступа: 09.10.2018.
38. Брокерская статистика в myTarget // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vipclub.ru/tools/brokerskaya-statistika-v-mytarget.html>. – Дата доступа: 09.10.2018.
39. Выбор года // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://choice-of-the-year.com/>. – Дата доступа: 20.10.2018.
40. Глазырин, Е. Как работает DoubleClick – подробная инструкция / Е. Глазырин // [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/kak-rabotaet-doubleclick-podrobnaya-instruktsiya/>. – Дата доступа: 18.10.2018.
41. Глобальный прогноз развития рекламного рынка на 2016 год // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sostav.ua/publication/globalnyj-prognoz-razvitiya-reklamnogo-rynka-na-2016-god-69605.html>. – Дата доступа: 09.10.2018.
42. Для бизнеса // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/ads>. – Дата доступа: 20.10.2018.
43. Испытание технических систем // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://test.by/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=yandex-direkt. – Дата доступа: 18.10.2018.
44. Итоги и перспективы развития интернет-рынка беларуси: доля контекстной рекламы значительно вырастет // [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://ratingby.net/by/itogi-i-perspektivy-razvitiya-internet-rynka-belarusi-dolya-kontekstnoy-reklamy-znachitelno-vyrastet/>. – Дата доступа: 07.10.2018.
45. К 2021 рынок интернет-рекламы в РФ достигнет \$3,2 млрд — исследование PwC // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа:

<https://ppc.world/news/k-2021-rynok-internet-reklamy-dostignet-32-mlrd/>. – Дата доступа: 11.10.2018.

46. Карта кликов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/metrika/behavior/click-map.html>. – Дата доступа: 21.10.2018.

47. Карта скроллинга // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/metrika/behavior/scroll-map.html>. – Дата доступа: 21.10.2018.

48. Когортный анализ // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oneretarget.com/ru/wiki/%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7/>. – Дата доступа: 25.10.2018.

49. Многоканальные последовательности // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://support.google.com/analytics/answer/1191180?hl=ru>. – Дата доступа: 25.10.2018.

50. Новости рынка маркетинговых коммуникаций и рекламы Беларуси // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/>. – Дата доступа: 09.10.2018.

51. О Яндекс.Директе // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/direct/>. – Дата доступа: 11.10.2018.

52. Отчет «Долгосрочные интересы» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/metrika/visitors/interests.html>. – Дата доступа: 21.10.2018.

53. Продвижение сайтов в Минске: Рейтинг белорусских агентств // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seorating.by>. – Дата доступа: 10.10.2018.

54. Решаем задачи бизнеса // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.promo-webcom.by/?_ga=2.239672259.1951253290.1537561281-879505993.1536086683. – Дата доступа: 17.10.2018.

55. Рудык, Л. Всё о медийной рекламе в интернете / Л. Рудык // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://callbackhunter.com/blog/vsyo-o-mediynoy-reklame-v-internete/>. – Дата доступа: 09.10.2018.

56. Создание Google Business // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=kWYfFefxywY&t=93s>. – Дата доступа: 18.10.2018.

57. Сопина, Д. Что такое Digital Marketing и зачем он вашему бизнесу / Д. Сопина // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://internet-marketings.ru/digital-marketing/>. – Дата доступа: 15.10.2018.
58. Что творится на рынке интернет-рекламы в Беларуси: динамика, тренды, инвестиции // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://marketing.by/mnenie/chto-tvoritsya-na-rynke-internet-reklamy-v-belarusi-dinamika-trendy-investitsii/>. – Дата доступа: 07.10.2018.
59. ARTOX media – digital-агентство // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.artox-media.by/>. – Дата доступа: 10.10.2018.
60. Bingads // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://secure.bingads.microsoft.com/>. – Дата доступа: 18.10.2018.
61. Google // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.by/metrika.yandex.com>. – Дата доступа: 18.10.2018.
62. Google Аналитика // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analytics.google.com/analytics/web/yandex.by>. – Дата доступа: 18.10.2018.
63. Gusarov // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gusarov-group.by/>. – Дата доступа: 10.10.2018.
64. MyTarget // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://target.my.com/campaigns/full/>. – Дата доступа: 20.10.2018.
65. Protext. Копирайтинг для бизнеса // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iprotext.ru/>. – Дата доступа: 17.10.2018.
66. Webcom Group // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webcom.group/performance>. – Дата доступа: 11.10.2018.
67. Webcom Group // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.webcom-group.by/>. – Дата доступа: 17.10.2018.
68. Webcom Group // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.webcom-academy.by/>. – Дата доступа: 17.10.2018.
69. Webcom Group // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.webcom-media.by/>. – Дата доступа: 17.10.2018.
70. Webmart // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webmart.by/>. – Дата доступа: 10.10.2018.