

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»

ФАКУЛЬТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»

Кафедра маркетинга

КЛЮЧНИК
Ольга Сергеевна

**СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ В
СЕТИ ИНТЕРНЕТ (НА ПРИМЕРЕ ООО «РЕД ГРУПП»)**

Магистерская диссертация

специальность 1-26 81 05 Маркетинг

Научный руководитель
Наталья Владимировна Черченко
к.э.н., доцент

Допущена к защите

«___» _____ 20 ____ г.

Заведующий кафедрой маркетинга

_____ Н.В. Черченко

кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2019

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация: 71 с., 21 рис., 10 табл., 57 источников, 3 прил.

ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ, ИНСТРУМЕНТЫ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ.

Цель исследования: разработка предложений по повышению результативности использования инструментов политики продвижения в ООО «Ред Групп».

Актуальность исследования заключается в том, что эффективность традиционных инструментов продвижения с каждым годом постепенно снижается. Для успешной реализации сбытовой стратегии и увеличения уровня продаж каждое предприятие должно направлять свои силы на изучение различных типов рынка и выделения специфических особенностей продажи и рекламы в том или ином сегменте. В результате исследований разрабатываются нестандартные альтернативные способы привлечения и удержания потребителей.

Объект исследования: политика продвижения в сети Интернет.

Предмет исследования: специфика применения современных инструментов коммуникационной политики в ООО «Ред Групп»

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов исследования коммуникационной политики определены современные инструменты политики продвижения, предложены мероприятия по оптимизации сайта ООО «Ред Групп» и реализации стратегии лидогенерации.

Элементы научной новизны: разработаны рекомендации по увеличению посещаемости сайта предприятия за счет SEO-продвижения и конвертации клиентов с сайта путем лидогенерации.

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложенных мероприятий позволит увеличить посещаемость сайта и узнаваемость бренда, а также повысить уровень продаж на предприятии, а в конечном счете – укрепит его конкурентоспособность на рынке.

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.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА РАБОТЫ

Магістарская дысертацыя: 71 с., 21 мал., 10 табл., 57 крыніц, 3 дадатка.

ПАЛІТЫКА ПРАСОЎВАННЯ, ІНСТРУМЕНТЫ ПАЛІТЫКІ ПРАСОЎВАННЯ, ПРАСОЎВАННЕ У СЕТЦЫ ІНТЭРНЕТ.

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па павышэнню выніковасці выкарыстання інструментаў палітыкі прасоўвання ў ТАА «Рэд Групп».

Актуальнасць даследавання заключаецца ў тым, што эфектыўнасць традыцыйных інструментаў прасоўвання з кожным годам паступова зніжаецца. Для паспяховай рэалізацыі збытавой стратэгіі і павелічэння ўзроўню продаж кожнае прадпрыемства павінна накіроўваць свае сілы на аналіз розных тыпаў рынку і вылучэнне спецыфічных асаблівасцяў продажу і рэкламы ў тым ці іншым сягменце. У выніку даследавання распрацоўваюцца нестандартныя альтэрнатыўныя спосабы прыцягнення і ўтрымання спажыўцоў.

Аб'ект даследавання: палітыка прасоўвання ў сетцы Інтэрнэт.

Прадмет даследавання: спецыфіка прымянення сучасных інструментаў камунікацыйнай палітыкі ў ТАА «Рэд Групп»

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання камунікацыйнай палітыкі вызначаны сучасныя інструменты палітыкі прасоўвання, прапанаваны мерапрыемствы па аптымізацыі сайта ТАА «Рэд Групп» і рэалізацыі стратэгіі лідагенерацыі.

Элементы навуковай навізны: распрацаваны рэкамендацыі па павелічэнні наведвальнасці сайта прадпрыемства за кошт SEO-аптымізацыі і канвертацыі кліентаў з сайта пасрэдствам лідагенерацыі.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: укараненне прапанаваных мерапрыемстваў дазволіць павялічыць наведвальнасць сайта і пазнавальнасць брэнда, а таксама павысіць узровень продаж на прадпрыемстве, а ў канчатковым выніку - ўмацуе яго канкурэнтаздольнасць на рынку.

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

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Master thesis: 71 p., 21 fig., 10 tab., 57 sources, 3 suppl.

PROMOTION POLICY, PROMOTION POLICY INSTRUMENTS,
PROMOTION ON THE INTERNET.

Objective: to improve the effectiveness of promotion policy tools in the LLC Red Group.

The relevance of the study lies in the fact that the effectiveness of traditional promotion tools is gradually decreasing every year. In order to implement a sales strategy and increase the level of sales successfully, each company must direct its strength to study various types of market and highlight the specific features of sales and advertising in the segment. As a result of research, non-standard alternative ways of attracting and retaining consumers are being developed.

Object of research: promotion policy on the Internet.

Subject of research: the specificity of the application of modern communication policy tools in LLC Red Group

Research and development: modern promotion policy tools have been identified based on the study of theoretical issues of communication policy research, measures have been proposed to optimize the Red Group LLC website and to implement a lead generation strategy.

The elements of scientific novelty: recommendations have been developed to increase the attendance of an enterprise site through SEO promotion and the conversion of clients from the site through lead generation.

Technical, economic, social significance: the introduction of the proposed activities will increase site traffic and brand awareness, as well as increase sales at the enterprise, and ultimately strengthen its competitiveness in the market.

The author of the paper confirms that contained analytical material and calculations objectively reflect the state of the investigated processes; and all theoretical and methodological positions and concepts that were borrowed from papers and other sources are accompanied with references to their authors.