

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

ЛФИД
Суфьян Алиевич

**ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ОЦЕНКА ИХ
РЕЗУЛЬТАТОВ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент В.С. Голик

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

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

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 81 страница, 19 рисунков, 19 таблиц, 48 использованных источников, 2 приложения

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИНТЕРНЕТ, СУЩНОСТЬ, МЕТОДЫ, РЕЗУЛЬТАТЫ, АНАЛИЗ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Цель исследования: проанализировать организацию проведения маркетинговых исследований в ООО «Профитур» и оценить их результаты.

Объект исследования: маркетинговые исследования в сети интернет.

Предмет исследования: организация маркетинговых интернет-исследований в ООО «Профитур» и оценка их результатов.

Методы исследования: наблюдение, анализ, индукция, дедукция, метод восхождения от абстрактного к конкретному и т.д.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов исследования маркетинга, определены его особенности и эффективность от использования маркетинговых исследований в сети интернет на предприятии, предложены рекомендации по совершенствованию сбора информации и последующего анализа.

Элементы научной новизны: в дипломной работе рассмотрены теоретические основы маркетинговых интернет-исследований. Проведен анализ маркетинговых интернет-исследований в ООО «Профитур». Разработаны мероприятия повышения проведения маркетинговых исследований в ООО «Профитур».

Область возможного практического применения: практический маркетинг ООО «Профитур».

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение современных программных инструментов для проведения маркетинговых интернет-исследований позволит оптимизировать сбор информации и её последующий анализ.

Дипломная работа является самостоятельно выполненным исследованием. Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетноаналитический 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.

РЕФЕРАТ

Дыпломная работа: 81 старонка, 19 малюнкаў, 19 табліц, 48 выкарыстаных крыніц, 2 дадатку

МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, ІНТЭРНЭТ, СУТНАСЦЬ, МЕТАДЫ, ВЫНІКІ, АНАЛІЗ, НАПРАМКІ РАЗВІЦЦЯ

Мэта даследавання: прааналізаваць арганізацыю правядзення маркетынговых даследаванняў у ТАА «Профитур» і ацаніць іх вынікі.

Аб'ект даследавання: маркетынговыя даследаванні ў сеткі інтэрнэт.

Прадмет даследавання: арганізацыя маркетынговых інтэрнэт-даследаванняў у ТАА «Профитур» і ацэнка іх вынікаў.

Метады даследавання: назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя, метады узыходжання ад абстрактнага да канкрэтнага і г.д.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання маркетынгу, вызначаны яго асаблівасці і эфектыўнасць ад выкарыстання маркетынговых даследаванняў у сеткі інтэрнэт на прадпрыемстве, прапанаваныя рэкамендацыі па ўдасканаленні збору інфармацыі і наступнага аналізу.

Элементы навуковай навізны: у дыпломнай рабоце разгледжаны тэарэтычныя асновы маркетынговых інтэрнэт-даследаванняў. Праведзены аналіз маркетынговых інтэрнэт-даследаванняў у ТАА «Профитур». Распрацаваны мерапрыемствы павышэння правядзення маркетынговых даследаванняў у ТАА «Профитур».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычны маркетынг ТАА «Профитур».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: ўкараненне сучасных праграмных інструментаў для правядзення маркетынговых інтэрнэт-даследаванняў дазволіць аптымізаваць збор інфармацыі і яе наступны аналіз.

Дыпломная работа з'яўляецца самастойна выкананым даследаваннем. Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй расцётнааналітычны 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.

ESSAY

Thesis: 81 pages, 19 figures, 19 tables, 48 sources used, 2 applications

MARKETING RESEARCH, INTERNET, ESSENCE, METHODS, RESULTS, ANALYSIS, DEVELOPMENT DIRECTIONS

The purpose of the study: to analyze the organization of marketing research in LLC "Profitour" and evaluate their results.

Object of study: marketing research on the Internet.

Subject of research: the organization of marketing Internet research in LLC "Profitour" and evaluation of their results.

Research methods: observation, analysis, induction, deduction, the method of ascent from the abstract to the concrete, etc.

Research and development: on the basis of studying the theoretical issues of marketing research, its features and effectiveness from the use of marketing research on the Internet at the enterprise are identified, recommendations are offered to improve the collection of information and subsequent analysis.

Elements of scientific novelty: in the thesis work the theoretical foundations of Internet marketing research are considered. The analysis of marketing Internet research in LLC "Profitour". Developed measures to improve marketing research in LLC "Profitour".

The area of possible practical application: practical marketing LLC "Profitour".

Technical, economic, social significance: the introduction of modern software tools for marketing online research will optimize the collection of information and its subsequent analysis.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.
2. Басовский, Л. Е. Маркетинг : Курс лекций / Л. Е. Басовский – Минск : ИНФРА-М, 2016. – 219 с.
3. Багиев, Г. Л. Маркетинг : Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб. : Питер, 2007. – 736с.
4. Беларусь-2018: статистические данные / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 25.03.2019.
5. Белоусова, С. Н. Маркетинг: учеб. пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 381 с.
6. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. – Минск : БГТУ, 2014. – 306 с.
7. Гармаза, А. К. Охрана труда : учеб. Пособие для студентов высших учебных заведений по специальностям лесного профиля / А. К. Гармаза, И. Т. Ермак, Б. Р. Ладик. – Минск : БГТУ, 2010. – 366 с.
8. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для экономических вузов по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг» / А. М. Годин. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 671 с.
9. Голик, В. С. Использование социальных сетей в маркетинге взаимоотношений /В. С. Голик, В. Ю. Былина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 2(106). – С. 113–119.
10. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. – М. : Дашков и К, 2013. – 277 с.
11. Голубков, Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М. : Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
12. Дипломное проектирование : мероприятия по охране труда и безопасности жизнедеятельности : учеб.-метод. пособие для студентов всех специальностей / В. Н. Босак [и др.]. – Минск : БГТУ, 2013. – 130 с.
13. Дурович, А. П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: [учебное пособие] / А. П. Дурович. – Минск : Современная школа, 2010. – 253 с.
14. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учеб. Пособие / А. А. Казущик. – Минск : Беларусь, 2011. – 246 с.
15. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учеб. Пособие для студентов высших учебных заведений по специальности «Маркетинг» / О. И.

Карпеко. – Минск : БГЭУ, 2010. – 414 с.

16. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учеб. пособие для студентов / О. А. Кобелев. – Москва : Дашков и К°, 2011. – 682 с.

17. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс : [перевод с английского] / Филип Котлер [и др.]. – Москва : Вильямс, 2014. – 488 с.

18. Маркетинг в вопросах и решениях : учеб. пособие для студентов / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева [и др.]. – Москва : КноРус, 2011. – 303 с.

19. Маркетинг в коммерции : учебник: для студентов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев [и др.]. – Москва : Дашков и К°, 2011. – 543 с.

20. Маркетинг. Менеджмент : экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. [и др.] – Санкт-Петербург : Питер : Мир книг, 2014. – 479 с.

21. Маркетинг : [перевод с английского] / Роман Хибинг, Скотт Купер. – Москва : Эксмо, 2010. – 846 с.

22. Маркетинг : учеб. пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / И. М. Синяева [и др.]. – Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2015. – 383 с.

23. Маркетинг : учеб. пособие по направлению 080500 «Менеджмент» / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская [и др.] . – Москва : Инфра-М, 2010. – 420 с.

24. Маркетинг : учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва : Инфра-М, 2015. – 335 с.

25. Маркетинг : учебник для экономических вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева [и др.] . – Москва : Дашков и К°, 2009. – 548 с.

26. Маркетинговые исследования : учеб. пособие для студентов / Т. Г. Зорина, М. А. Слонимская. – Минск : Белорусский государственный экономический университет, 2010. – 410 с.

27. Маркетинговые коммуникации : учебник: для высших учебных заведений по специальности «Маркетинг» / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – Москва : Дашков и К°, 2011. – 323 с.

28. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 20.04.2019.

29. Об охране труда : Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 61-З; в ред. от 12 июля 2013 г. № 61-З / Консультант Плюс : Беларусь. / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.urspectr.info>. – Дата доступа: 13.04.2019.

30. Организация и нормирование труда : учебник / В. В. Адамчук [и др.]; под ред. В. В. Адамчука. – М. : Финстатинформ, 2009. – 572 с.

31. Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 381 с.

32. Охрана труда. Определение эффективности мероприятий по улучшению условий труда : учеб.-метод. пособие по одноименному курсу для студентов всех специальностей / сост. И.Т. Ермак [и др.]. – Минск: БГТУ, 2005. – 58 с.
33. Прокшина, Т. П. Маркетинг : учеб. пособие/ Т. П. Прокшина. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 314 с.
34. Садченко, К. В. Основы современного международного маркетинга / К. В. Садченко. – М. : ДиС, 2013. – 272 с.
35. Секерин, В. Д. Основы маркетинга: Учебное пособие / В. Д. Секерин. – М. : КноРус, 2013. – 232 с.
36. Трудовой Кодекс Республики Беларусь: Принят Палатой Представителей 8 июня 1999г. Одобрен Советом Республики 30 июня 1999 года: Текст Кодекса по состоянию на 8 января 2017 г. №131-З. / Консультант Плюс : Беларусь. / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.urspectr.info>. – Дата доступа: 26.04.2019.
37. Управление маркетингом : учебник для вузов [перевод с английского] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт [и др.]. – Санкт-Петербург : Питер : Лидер, 2010. – 832 с.
38. Экономика и финансы предприятия / под ред. Т.С. Новашиной. – М.: Синергия, 2014. – 344 с.
39. Экономика предприятий (организаций) : учебник / А. И. Нечитайло, А. Е. Карлик. – Москва : Проспект : Кнорус, 2015. – 304 с.
40. Экономика предприятия (организации) : учебник / Н. Б. Акуленко [и др.]. – Москва : Инфра-М, 2015. – 638 с.
41. Экономика предприятия (фирмы) : учебник по экономическим специальностям / О. И. Волков [и др.]. – Москва : Инфра-М, 2009. – 602 с.
42. Экономика предприятия : учеб. Пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.]. – Минск : Белорусский государственный экономический университет, 2008. – 718 с.
43. Экономика предприятия : учебник / А. П. Аксенов [и др.]. – Москва : КноРус, 2011. – 346 с.
44. Экономика предприятия : учебник / В. К. Скляренко, В. М. Прудников. – Москва : Инфра-М, 2009. – 527 с.
45. Экономика, организация и управление на предприятии / под ред. М.Я. Боровской. – Спб : Феникс, 2015. – 480 с.
46. Экономика, организация и управление на предприятии : учеб. Пособие / А. В. Тычинский [и др.]. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2015. – 475 с.
47. Шаляпина, Н. М. Маркетинг : учеб. пособие для студ. вузов региона / Н. М. Шаляпина; Дальневост. гос. техн. рыбохоз. ун-т. – Владивосток :

Дальрыбвтуз, 2011. – 263 с.

48. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направлению подгот. (спец.) «Связи с общественностью» / Ф. И. Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2011. – 332 с.

49. Шаповалов, В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие / В. А. Шаповалов. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 345 с.