

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

ДЕНЩИК
Александра Вадимовна

**МЕРОПРИЯТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ОЦЕНКА ИХ
РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Е. В. Хотина

Допущена к защите
«__» _____ 2019 г.

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

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 59 с., 15 рис., 11 табл., 2 диаграммы, 52 источника, 2 прил.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ, ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, ТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ, ТЕЛЕКАНАЛ, SEO, SMM

Цель исследования: на основе исследования теоретических основ использования мероприятий интернет-маркетинга и методов оценки их результативности Белтелерадиокомпании разработать и обосновать предложения по усовершенствованию маркетинговых мероприятий в сети Интернет.

Объект исследования: маркетинговые интернет-мероприятия.

Предмет исследования: мероприятия интернет-маркетинга телеканала «Беларусь 24» Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь.

Методы исследования: сбор первичных данных, анализ внутренних данных компании, анализ, классификация, индукция, сравнение, описание, метод балльных оценок.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов исследования мероприятий интернет-маркетинга определены их особенности и эффективность от использования на предприятии, предложены методы усовершенствования маркетинговых интернет-мероприятий социальных сетей телеканала «Беларусь 24».

Область возможного практического применения: интернет-маркетинг телеканала «Беларусь 24» Белтелерадиокомпании.

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений позволит увеличить лояльность аудитории, привлечь новых телезрителей, а также повысить имидж Республики Беларусь в мире.

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: 59 с., 15 мал., 11 табл., 2 дыяграмы, 52 крыніца, 2 дат.

ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГОВЫЯ МЕРАПРЫЕМСТВЫ У СЕТКІ ІНТЭРНЭТ, АЦЭНЦЫ ВЫНІКОВАСЦІ, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ, ТЭЛЕРАДЫЁКАМПАНІІ, ТЭЛЕКАНАЛ, SEO, SMM

Мэта даследавання: на аснове даследавання тэарэтычных асноў выкарыстання мерапрыемстваў інтэрнэт-маркетынгу і метадаў ацэнкі іх выніковасці Белтэлерадыёкампаніі распрацаваць і абгрунтаваць прапановы па ўдасканаленні маркетынговых мерапрыемстваў у сеткі Інтэрнэт.

Аб'ект даследавання: маркетынговыя інтэрнэт-мерапрыемствы.

Прадмет даследавання: мерапрыемства інтэрнэт-маркетынгу тэлеканала «Беларусь 24» Нацыянальнай дзяржаўнай тэлерадыёкампаніі Рэспублікі Беларусь.

Метады даследавання: збор першасных дадзеных, аналіз ўнутраных дадзеных кампаніі, аналіз, класіфікацыя, індукцыя, параўнанне, апісанне, метады бальных ацэнак.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання мерапрыемстваў інтэрнэт-маркетынгу вызначаны іх асаблівасці і эфектыўнасць ад выкарыстання на прадпрыемстве, прапанаваныя метады ўдасканалення маркетынговых інтэрнэт-мерапрыемстваў сацыяльных сетак тэлеканала «Беларусь 24».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычны маркетынг тэлеканала «Беларусь 24» Нацыянальнай дзяржаўнай тэлерадыёкампаніі Рэспублікі Беларусь.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: ўкараненне прапаноў дазволіць павялічыць лаяльнасць аўдыторыі, прыцягнуць новых тэлегледачоў, а таксама павысіць імідж Рэспублікі Беларусь у свеце.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй расцётно-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.

ABSTRACT

Thesis: 59 p., 15 pic., 11 table., 52 sources, 2 ADJ.

INTERNET MARKETING, MARKETING EVENTS IN THE INTERNET, EVALUATION OF EFFICIENCY, BROADCASTING COMPANY, TV CHANNEL, SEO, SMM

The purpose of the study: based on a study of the theoretical foundations of using Internet marketing events and methods for evaluating their performance, Belteleradiocompany develop and substantiate proposals for improving marketing activities on the Internet.

Object of research: Internet marketing activities.

Subject of research: internet marketing events of «The Belarus 24» TV channel of the National State TV and Radio Company of the Republic of Belarus.

Research methods: collection of primary data, analysis of the company's internal data, analysis, classification, induction, comparison, description, scoring method.

Research and development: on the basis of studying theoretical issues of research of Internet marketing events, their features and effectiveness of their use at the enterprise were determined, methods for improving the marketing Internet activities of social networks of the Belarus 24 TV channel were proposed.

Field of possible practical application: Internet-marketing of the Belarus 24 TV channel of Belteleradiocompany.

Technical, economic, social significance: the introduction of proposals will increase the loyalty of the audience, attract new viewers, as well as improve the image of the Republic of Belarus in the world.

The author confirms that the 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 literary and other sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Основы маркетинга. Практикум: учеб. пособие / И. Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2017. – 383 с.
2. Акулич, И. Л. Современная концепция маркетинга / И. Л. Акулич, И. З. Герчиков. – Минск, 2016. – 220 с.
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учеб. пособие / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2016. – 352 с.
4. Алехин, В. В. Теоретические аспекты и особенности оценки эффективности сбытовой деятельности с использованием инструментов интернет-маркетинга / В. В. Алехин [и др.]. – Ростов-на-Дону: Ростовское книжное издательство, 2015. – 145 с.
5. Амблер, Т. Практический Маркетинг : учеб. пособие / Т. Амблер. – СПб: Питер, – 2009. – 234 с.
6. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов, А. Иванов – СПб. : Питер, – 2011. – 466 с.
7. Бабаев, А. Н. Раскрутка: секреты эффективного продвижения сайтов / А. Н. Бабаев, С. И. Евдокимов, А. М. Штарев. – СПб. : Питер, 2013. – 347 с.
8. Байбардина, Т. Н. Интернет-маркетинг: учеб. пособие для реализации содержания образовательных программ высшего образования II ступени и переподготовки руководящих работников / Т. Н. Байбардина, Т. Л. Процко, Г. Н. Кожухова. – Гомель: Бел. торг.-экон. ун-т потреб. коопер., 2017. – 156 с.
9. Василевич, Г. А. Конституционное право Республики Беларусь: учеб. пособие / Г. А. Василевич. – Минск: Вышэйшая школа, 2016. – 399 с.
10. Вирин, Ф. Ю. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. Ю. Вирин. – Минск: Эксмо, 2012. – 160 с.
11. Вишневский, А. Ф. Общая теория государства и права: учеб. пособие / А. Ф. Вишневский, Н. А. Горбатов, В. А. Кучинский; под ред. В. А. Кучинского. – Минск: Интегралполиграф, 2009. – 552 с.
12. Герасименко, В. В. Маркетинг: учеб. пособие / В. В. Герасименко, М. С. Очковская, М. А. Рыбалко. – Изд. 3-е. – Москва: Проспект, 2017. – 512 с.
13. Голик, В. С. Интернет-маркетинг: учебно-методический комплекс для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / В. С. Голик. – Минск: БГУ, 2017. – 46 с.
14. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учеб. пособие / М. Н. Григорьев. – М.: Юрайт, 2011. – 286 с.

15. Данишевская, О. Г. Стратегии неслучайного маркетинга, или как правильно «шуметь» в социальных медиа / О. Г. Данишевская // Реклама. Теория и практика. – 2011. – № 5. – С. 47.
16. Данченко, Л. В. Маркетинг: учебник и практикум: учеб. пособие / Л. А. Данченко, И. И. Скоробогатых, С. В. Карпова. – М. : Юрайт, 2017. – 486 с.
17. Данченко, Л. А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Л. А. Данченко, В. П. Тихомиров, Н. В. Тихомирова, П. Ю. Невоструев. – СПб. : Питер, 2013. – 288 с.
18. Дейнекин, Т. В. Данченко Л.А. Понятие и значение комплексного интернет-маркетинга в деятельности предприятий: учеб. пособие / Т. В. Дейнекин, Л. А. Данченко. – СПб. : Питер, 2014. – 288 с.:
19. Евстигнеева, Т. В. Маркетинг отношений на предприятиях розничной торговли : учеб. пособие / Т. В. Евстигнеева. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 135 с.
20. Жильцова О. Н. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2018. – 301 с.
21. Корнеева, И. Л. Гражданское право: учеб. пособие: в 2 ч. / И. Л. Корнеева. – М. : ПРИОР, 2011. – Ч. 2. – 248 с.
22. Лавдэй, Л. Проектирование прибыльных веб-сайтов: учеб. пособие / Л. Лавдэй – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 248 с.
23. Михнюк, Т. Ф. Правовые и организационные вопросы охраны труда / Т. Ф. Михнюк // Безопасность жизнедеятельности: учеб. пособие / Т. Ф. Михнюк. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск, 2009. – 413 с.
24. Панкрухин, А. П. Маркетинг : учеб. пособие / А. П. Панкрухин. – 3-е изд., испр. и доп. – Минск : ИНФРА, 2007 – 311 с.
25. Похабов, В. И. Основы Маркетинга: учеб. пособие / В. И. Похабов. – Минск: Выш. шк., 2009. – 241 с.
26. Романенкова, О. Н. Маркетинг: теория и практика: учеб. пособие. – М. : Юрайт, 2013. – 311 с.
27. Титова, Н. Е. Маркетинг: учеб. пособие / Н. Е. Титова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009 – 352 с.
28. Толкачев, А. Н. Правовое регулирование маркетинговой деятельности: учеб. пособие / А. Н. Толкачев. – Мн. : Выш. шк., 2010. – 373 с.
29. Чикатуева, Л. А. Маркетинг: учеб. пособие / Л. А. Чикатуева, Н. В. Третьякова; под ред. В. П. Федько. – Р-н/Д. : Феникс, 2008 – 247 с.
30. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 15.02.2019.

31. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г., с изменениями и дополнениями от 08.07.2008 г. // Эталон - Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. - Минск, 2010.

32. Краткий статистический отчёт Белтелерадиокомпания / Белтелерадиокомпания. – Минск, 2018. – 71 с.

33. Краткий статистический отчёт телеканала «Беларусь 24» / Белтелерадиокомпания. – Минск, 2018. – 34 с.

34. О защите прав потребителей в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : 9 января 2002 г., № 90-3: в ред. от 13 июня 2018 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – М., 2018.

35. О рекламе в Республике Беларусь [Электронный ресурс]: от 10 мая 2007 г., № 225-3 в ред. от 17 июля 2017 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – М., 2017.

36. Конституция Республики Беларусь: с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2016. – 62 с.

37. Онлайн-сервис статистики и аналитики контента сообществ социальных сетей Popsters [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popsters.ru/>. – Дата доступа : 11.03.2019.

38. Официальная страница информационного ресурса о законах и кодексах Республики Беларусь Belzakon.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://belzakon.net/Законодательство/Постановление_Совета_Министров_РБ/2006/74314. – Дата доступа: 21.02.2019.

39. Официальная страница телеканала «Беларусь 24» в социальной сети «Фейсбук» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/belarus24channel/>. – Дата доступа : 21.02.2019.

40. Официальная страница телеканала «Беларусь 24» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/belarus24>. – Дата доступа: 21.02.2019.

41. Официальная страница телеканала «Беларусь 24» в социальной сети «Youtube» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/BELARTV?feature=mhee>. – Дата доступа: 22.02.2019.

42. Официальная страница телеканала «Беларусь 24» в социальной сети «Твиттер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://twitter.com/Belarus_24. – Дата доступа: 23.02.2019.

43. Официальная страница телеканала «Беларусь 24» в социальной сети «Инстаграм» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/belarus24/>. – Дата доступа : 23.02.2019.

44. Официальная страница телеканала «Беларусь 24» в социальной сети «Одноклассники» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ok.ru/belarus24/>. – Дата доступа: 24.02.2019.

45. Официальный сайт Белтелерадиокомпании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tvr.by/>. – Дата доступа : 28.03.2019.

46. Официальный сайт телеканала «Беларусь 24» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: belarus24.by –Дата доступа: 28.03.2019.

47. Организационная структура управления Белтелерадиокомпании / Белтелерадиокомпания. – Минск, 2014.

48. Прайс-лист на размещение баннерной рекламы на портале Онлайнер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://content.onliner.by/b2b/cat_price.pdf. – Дата доступа: 01.04.2019.

49. Прайс-лист на размещение баннерной рекламы на портале Тут.бай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tutby.com/advert/price/>. – Дата доступа : 01.04.2019.

50. Положение о Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь. Указ Президента РБ № 128 от 28.09.1994. Вопросы Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь.

51. Рейтинг агентства We Are Social и Hootsuite за 2019 о количестве пользователей социальных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/>. – Дата доступа : 07.05.2019.

52. Статистика ключевых слов в Яндексе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/>. – Дата доступа : 04.04.2019.