

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»
ФАКУЛЬТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»

Кафедра инновационного управления

РОМАНОВСКАЯ
Наталья Игоревна

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ
ПЛАТФОРМЫ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРЕКРЕТНЫМ ТРАФИКОМ
МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ LEAN-
ПОДХОДА**

Магистерская диссертация

специальность 1-26 81 02 «Инновационный менеджмент»

Научный руководитель Родион
Игоревич Морозов
кандидат экономических наук,
доцент

Допущена к защите
«__» _____ 2019г.
Заведующий кафедрой
Инновационного управления
_____ Е.А. Поддубская
кандидат педагогических наук

Минск, 2019

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

СТРАТЕГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ, МОБИЛЬНЫЙ РЫНОК, ПРОДВИЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ, LEAN-ПОДХОД, LEAN-STARTUP, УПРАВЛЕНИЕ ТРАФИКОМ, ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ

Цель данной диссертации: разработать экономически эффективную стратегию создания маркетинговой платформы для рынка издателей мобильных приложений. Объектами исследования являются рынок издателей приложения, которые по своей сути являются потребителями для данного продукта, подходы к реализации информационных продуктов. Предмет исследования: продвижение мобильных продуктов и построение стратегии создания маркетинговой платформы. Актуальность данной темы подтверждается также тем, что в настоящее время очень многие продуктовые компании имеют в разработке не одно бизнес-приложение, а несколько, и некоторые из этих приложений более популярны среди пользователей, имеют больше переходов или скачиваний. Данные приложения могут предоставить возможность показать рекламные материалы других приложений целевой аудитории без дополнительных материальных затрат, используя базу сформированных в сети этих приложений рекламных кампаний.

В рамках диссертации на тему “Разработка стратегии создания маркетинговой платформы по управлению перекрестным трафиком мобильных приложений с использованием Lean-подхода” были рассмотрены все аспекты вывода нового продукта на рынок, разработаны стратегии в области финансового, операционного менеджмента, маркетинговая и конкурентная стратегия. Благодаря использованию современных подходов к поиску идеи инновационного продукта в рамках существующего рынка, была построена стратегическая матрица маркетинговой платформы, выделяющая этот продукт на рынке.

В структуру магистерской диссертации входят 3 главы, включающие теоретические основы разработки стратегии, системный анализ проекта, разработку стратегии маркетинговой платформы. Каждая глава включает в себя разделы, посвященные раскрытию темы главы. Объем диссертации составляет 99 страниц. Иллюстрации, представленные в работе, занимают 9 страниц и их количество 19. Таблицы, представленные в работе, занимают 13 страниц и их количество 21. В диссертации представлено 2 приложения и 19 использованных источников.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

СТРАТЭГІЯ, МЕНЕДЖМЕНТ, МАБІЛЬНЫ РЫНАК, ПРАСОЎВАННЕ ПРЫКЛАДАННЯЎ, LEAN-ПАДЫХОД, LEAN-STARTUP, КІРАВАННЯ ТРАФІКАМ, ПРЫЦЯГНЕННЕ КЛІЕНТАЎ

Мэта дадзенай дысертацыі: распрацаваць эканамічна эфектыўную стратэгію стварэння маркетынгавай платформы для рынку выдаўцоў мабільных прыкладанняў. Аб'ектамі даследавання з'яўляюцца рынак выдаўцоў прыкладанняў, якія па сваёй сутнасці з'яўляюцца спажыўцамі для дадзенага прадукту, падыходы да рэалізацыі інфармацыйных прадуктаў. Прадмет даследавання: прасоўванне мабільных прадуктаў і пабудова стратэгіі стварэння маркетынгавай платформы. Актуальнасць дадзенай тэмы пацвярджаецца таксама тым, што ў цяперашні час вельмі многія прадуктовыя кампаніі маюць у распрацоўцы не адно мабільнае прыкладанне, а некалькі, і некаторыя з гэтых прыкладанняў больш папулярныя сярод карыстальнікаў, маюць больш пераходаў або запамповак. Дадзеныя праграмы могуць даць магчымасць паказаць рэкламныя матэрыялы іншых прыкладанняў мэтавай аўдыторыі без дадатковых матэрыяльных выдаткаў, выкарыстоўваючы базу сфармаваных у сеткі гэтых прыкладанняў рэкламных кампаній.

У рамках дысертацыі на тэму "Распрацоўка стратэгіі стварэння маркетынгавай платформы па кіраванні крыжаваным трафікам мабільных прыкладанняў з выкарыстаннем Lean-падыходу" былі разгледжаны ўсе аспекты вываду новага прадукту на рынак, распрацаваны стратэгіі ў галіне фінансавага, аперацыйнага менеджменту, маркетынгавага і канкурэнтнага стратэгія. Дзякуючы выкарыстанню сучасных падыходаў да пошуку ідэі інавацыйнага прадукту ў рамках існуючага рынку, была пабудавана стратэгічная матрыца маркетынгавай платформы, якая вылучае гэты прадукт на рынку.

У структуру магістарскай дысертацыі ўваходзяць 3 главы, якія ўключаюць тэарэтычныя асновы распрацоўкі стратэгіі, сістэмны аналіз праекта, распрацоўку стратэгіі маркетынгавай платформы. Кожная глава ўключае ў сябе раздзелы, прысвечаныя раскрыцці тэмы главы. Аб'ём дысертацыі складае 99 старонак. Ілюстрацыі, прадстаўленыя ў працы, займаю 9 старонак і іх колькасць 19. Табліцы, прадстаўленыя ў рабоце займаюць 13 старонак і іх колькасць 21. У дысертацыі прадстаўлена 2 дадатку і 19 выкарыстаных крыніц.

GENERAL WORK DESCRIPTION

STRATEGY, MANAGEMENT, MOBILE MARKET, PROMOTION OF APPLICATIONS, LEAN-APPROACH, LEAN-STARTUP, TRAFFIC MANAGEMENT, ATTRACTING CLIENTS

The purpose of this dissertation is to develop a cost-effective strategy for creating a marketing platform for the mobile application publishers market. The objects of research are the market of application publishers, which are essentially consumers for this product, approaches to the implementation of information products. Subject of research: the promotion of mobile products and building strategies to create a marketing platform. The relevance of this topic is also confirmed by the fact that currently many product companies have not one business application in development, but several, and some of these applications are more popular among users, have more transitions or downloads. These applications can provide an opportunity to show advertising materials of other applications to the target audience without additional material costs, using the base of advertising campaigns formed in the network of these applications.

In the framework of the thesis on “Developing a strategy for creating a marketing platform for managing cross-traffic of mobile applications using the Lean approach”, all aspects of launching a new product to the market were considered, strategies in the field of financial, operational management, marketing and competitive strategies were developed. Through the use of modern approaches to finding ideas for an innovative product within the existing market, a strategic matrix of the marketing platform was built, highlighting this product on the market.

The structure of the master's thesis consists of 3 chapters, including the theoretical foundations of strategy development, system analysis of the project, and development of a marketing platform strategy. Each chapter includes sections on the topic of the chapter. The volume of the thesis is 99 pages. The illustrations presented in the work occupy 9 pages and their number is 19. The tables presented in the work occupy 13 pages and their number is 21. The thesis contains 2 appendices and 19 sources used.