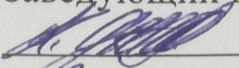


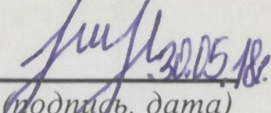
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 К.В. Якушенко
« 12 » июня 2018 г.

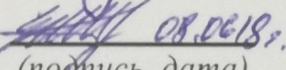
РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ
«Совершенствование комплекса маркетинга на предприятии сферы
интернет-услуг (на примере ООО «ЕУТЕМ»)»

Специальность 1 – 26 02 03 «Маркетинг»
Специализация 1 – 26 02 03 07 «Маркетинг предприятий промышленности»

Обучающийся
группы 10504114

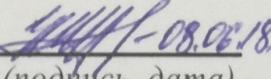
 20.05.18 Д.А. Поликша
(подпись, дата)

Руководитель

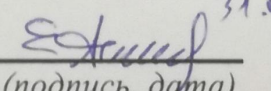
 08.06.18 Е.А. Готовцева
(подпись, дата)

Консультанты:

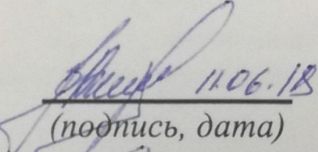
по организационно-
экономическим вопросам

 08.06.18 Е.А. Готовцева
(подпись, дата)

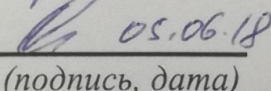
по организации
внешнеэкономической
деятельности

 31.05.18 Е.С. Астапкина
(подпись, дата)

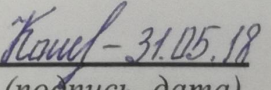
по конструкторско-
технологическим вопросам

 11.06.18 О.В. Филипчик
(подпись, дата)

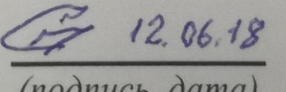
по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

 05.06.18 К.С. Королёнок
(подпись, дата)

по охране труда

 31.05.18 Т.П. Кот,
(подпись, дата) канд. техн. наук, доцент

Ответственный за нормоконтроль

 12.06.18 В.С. Ионин,
(подпись, дата) канд. техн. наук, доцент

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 130 страниц

графическая часть – 11 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

РЕФЕРАТ

Тема дипломной работы: «Совершенствование комплекса маркетинга на предприятии сферы интернет-услуг (на примере ООО «ЕУТЕМ»»).

Дипломная работа включает 130 с., 15 рис., 30 табл., 45 источников.

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ, ДИДЖИТАЛ-АГЕНТСТВО, ДИДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ, ВЕБ-САЙТ, МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ, ЧАТБОТЫ, ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ, АКТИВИЗАЦИЯ ПРОДАЖ, ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ, ВЕБ-АНАЛИТИКА

Объектом исследования является ООО «ЕУТЕМ».

Цель работы: совершенствование маркетингового комплекса предприятия сферы интернет-услуг ООО «ЕУТЕМ».

В результате исследования предложены следующие проектные мероприятия для внедрения на предприятии ООО «ЕУТЕМ»:

- 1) Внедрить чатбота для расстановки приоритетов между задачами.
- 2) Создать маркетинговую стратегию и тактику предприятия ООО «ЕУТЕМ».
- 3) Создать отдел продаж на базе отделов аккаунт-менеджмента и маркетинга.
- 4) Сделать лидогенерацию одной из главных задач маркетинга (включает привлечение дорогостоящих проектов для работы над ними ключевых специалистов).

(подпись студента)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коляда А.А. Маркетинг который работает: создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях / А.А. Коляда. Мн.: Гревцово, 2008. – 31, 49, 81, 82, 87, 88, 95.
2. Ламбен-Бусваль Ж. Ж. Стратегический маркетинг/ Ж.Ж. Ламбен-Бусваль. Европейская перспектива. Ж. Спб: Наука, 1996. С.216
3. Макконнелл С. Сколько стоит программный проект. — М.: «Русская Редакция», СПб.: Питер, 2007. — 297 с.: ил.
4. Прокина М., Сарыгина Е. Особенности продвижения товаров класса «премиум» // Реклама. Теория и практика — № 2/ М. Прокина, Е. Сарыгина. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. С.96, 28
5. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование: битва за умы/ Э. Райс, Дж. Траут. Сн.-т: Питер, 2006.
6. Сильверстайн М., Фиск Н. Зачем платить больше? или «Новая роскошь» для среднего класса/ М. Сильверстайн, Н. Фиск. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. С.91.
7. Calcott Lori, Weller Bart. The definitive guide to Google AdWords: Create Versatile and Powerful Marketing and Advertising Campaigns/ L. Calcott, B. Weller. New-York: Apress, 2012. – с. 9, 10
8. Day George S. Market driven strategy: process for creating value/ G. S. Day. New York: The Free Press. 1990. P.9
9. Ries Al., Trout J. Positioning: Battle for your mind/ A. Ries, J. Trout. New York: McGraw-Hill. 1981. P2. С. 10
10. Silverstein M.J. Treasure Hunt: Inside the Mind of the New Consumer/ M.J. Silverstein. New York: Portfolio Hardcover, 2006. С. 82

11. Поликша Д.А., Готовцева Е.А. Позиционирование брендов премиум класса. Экономическое развитие России: тенденции, перспективы. Сборник статей по материалам II международной студенческой научно-практической конференции (14 апреля 2016 г.). Том II Нижний Новгород. — 89-93
12. Поликша Д.А. Пертинентность как основа формирования диджитал-стратегии. Материалы 73-й студенческой научно-технической конференции. Часть 1. Мн.: Бестпринт, 2017.
13. Поликша Д.А., Готовцева Е.А. Принципы осуществления стратегии диджитал-маркетинга ФММП БНТУ. Мировая экономика и бизнес-администрирование малых и средних предприятий: Материалы 13-го Международного научного семинара, проводимого в рамках 15-й Международной научно-технической конференции «Наука — образованию, производству, экономике», 26-28 января 2017 года Минск, Респ. Беларусь ; Б.М. Хрусталёв, А.М. Темичев [и др.]. — Минск: Бестпринт, 2017. — 159 с.
14. Поликша Д.А. Разработка системы премирования интернет-маркетолога. Материалы 73-й студенческой научно-технической конференции. Часть 1. Мн.: Бестпринт, 2017.
15. Поликша Д.А. Роль корпоративной культуры в стратегическом развитии компании в сфере информационных технологий. Материалы 73-й студенческой научно-технической конференции. Часть 1. Мн.: Бестпринт, 2017.
16. Поликша Д.А. Роль бухгалтерского учёта в разработке премирования маркетолога. Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления: материалы XXI Респ. науч.-практ. конф. молодых учёных и студентов, Минск, 31 марта 2017 г./ Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь ; редкол.: Т.М. Братенкова [и др.] ; под общ.

ред. канд. экон. наук, доц. В.В. Мацкевича. — Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2017. — 413 с.

17. Павлюченко И.М., Поликша Д.А. Digital strategy creation and implementation for a premium ecommerce brand. Материалы конференций. Межвузовская конференция «Управление наукоёмкими компаниями (20 декабря 2016 г.). Межвузовская конференция с международным участием «Организация, планирование, контроллинг как факторы устойчивого развития» (24 мая 2017 г.). — М.: МИЭТ, 2017. — 437.
18. Paliksha D.A. Digital marketing strategy for a premium ecommerce brand. Материалы 73-й студенческой научно-технической конференции. Часть 2. Мн.: Бестпринт, 2017.
19. Поликша Д.А., Готовцева Е.А. Позиционирование брендов премиум класса. Экономическое развитие России: тенденции, перспективы. Сборник статей по материалам II международной студенческой научно-практической конференции (14 апреля 2016 г.). Том II Нижний Новгород. — 89-93
20. Поликша Д.А. Принципы выхода на внешний рынок бренда премиум класса. Экономическое развитие России: тенденции, перспективы. Сборник статей по материалам II международной студенческой научно-практической конференции (14 апреля 2016 г.). Том II Нижний Новгород. — с.85-89
21. Поликша Д.А. Исключения из закона спроса (использование для максимизации прибыли)// Д.А. Поликша. Материалы 71-й студенческой научно-технической конференции Белорусского национального технического университета. Тезисы докладов студентов факультета маркетинга, менеджмента, предпринимательства. Мн.: Издатель А.Н. Вараксин, 2015. — С.86.

22. Поликша Д.А. Перспективы развития рекламной деятельности в Республике Беларусь// Д.А. Поликша. Материалы 71-й студенческой научно-технической конференции Белорусского национального технического университета. Тезисы докладов студентов факультета маркетинга, менеджмента, предпринимательства. Мн.: Издатель А.Н. Варакин, 2015. – С. 258, 259.
23. Поликша Д.А. Позиционирование брендов премиум класса. Материалы студенческих конференций факультета маркетинга, менеджмента, предпринимательства. Тезисы докладов студентов. Мн.: «Экоперспектива», 2016. – с. 110.
24. Поликша Д.А. Критерии создания премиального бренда в Республике Беларусь. Материалы 72-й студенческой научно-технической конференции Белорусского национального технического университета. Тезисы докладов студентов в двух томах. Том I. Мн.: «Экоперспектива», 2016. – с. 138.
25. Поликша Д.А. H2H маркетинг как метод формирования клиентской лояльности. Материалы 72-й студенческой научно-технической конференции Белорусского национального технического университета. Тезисы докладов студентов в двух томах. Том II. Мн.: «Экоперспектива», 2016. – с. 118.
26. Поликша Д.А. Роль бухгалтерского учёта в разработке премирования маркетолога. Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления: материалы XXI Респ. науч.-практ. конф. молодых учёных и студентов, Минск, 31 марта 2017 г./ Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь ; редкол.: Т.М. Братенкова [и др.] ; под общ. ред. канд. экон. наук, доц. В.В. Мацкевича. — Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2017. — 413 с.

27. Поликша Д.А. Digital Positioning of Premium Brands. «Мир в XXI веке: экономические политические и социокультурные аспекты»: материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции на иностранных языках. Минск, 25 ноября 2016 года. Мн.: РИВШ — с.233
28. Paliksha D.A. Digital positioning of premium brands. Материалы 72-й студенческой научно-технической конференции Белорусского национального технического университета. Тезисы докладов студентов в двух томах. Том II. Мн.: «Экоперспектива», 2016. – с. 233.
29. О пожарной безопасности: Закон Республики Беларусь от 15 июня 1993 года № 2403-ХП: с изм. и доп.: текст по состоянию на 9 апреля 2018 г. — Минск: Дикта, 2018. — 13 с.
30. ППБ Беларуси 01-2014. Правила пожарной безопасности Республики Беларусь: в ред. постановлений Министерства по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь от 26.08.2014 № 25, от 01.06.2015 № 27, от 25.02.2016 №14: текст по состоянию на 9 апреля 2018 г. — Минск: Дикта, 2018. — 198 с.
31. ТКП 427-2012 (02230) Правила техники безопасности при эксплуатации электроустановок. – Минск: Минэнерго, 2012. – 148 с.
32. Больше, чем премиум бренд [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.interbrand.com.ru>. Дата доступа: 10.08.2015.
33. Маркетинг будущего [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://journal.diastyle.ru/article/phillip-kotler>. Дата доступа: 17.04.2015.
34. Новак К. Бренды и их подписчики в Twitter. Исследование/ К. Новак [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://rusability.ru/internet-marketing/brendyi-i-ih-podpischiki-v-twitter-issledovanie>. Дата доступа: 18.10.2015.
35. Об утверждении санитарных норм и правил «Критерии гигиенической безопасности полимерных и полимеросодержащих материалов, изделий

и конструкций, применяемых в промышленном и гражданском строительстве»: постановление Главного государственного санитарного врача Республики Беларусь, 22 ноября 2006 г., № 147 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. — Дата доступа: 09.05.2018.

36. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования к контролю воздуха рабочей зоны»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 11 октября 2017, № 92 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. — Дата доступа: 13.03.2018.
37. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования к микроклимату рабочих мест в производственных и офисных помещениях»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 30 апреля 2013 г., № 33 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. — Дата доступа: 13.03.2018.
38. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования к производственной вибрации, вибрации в жилых помещениях, помещениях административных и общественных зданий»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 26 декабря 2013 г., № 132 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. — Дата доступа: 13.02.2018.
39. Пертинентность. Викисловарь [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/пертинентность>. — Дата доступа: 16.03.2017.
40. Продукт (бизнес) [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Продукт_\(бизнес\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Продукт_(бизнес)). Дата доступа: 15.10.2015.
41. Сервис (значения) [Электронный ресурс] . — 2015. — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Сервис_\(значения\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Сервис_(значения)). Дата доступа: 15.10.2015.

42. Цифровой маркетинг (диджитал-маркетинг) [Электронный ресурс] . – 2017. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровой_маркетинг – Дата доступа: 15.10.2017.
43. Patel N. How to build successful ecommerce brand from scratch / N. Patel// Neil Patel. [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://neilpatel.com/blog/how-to-build-a-successful-ecommerce-brand-from-scratch/>. – Дата доступа: 18.03.2017.
44. Patel N. How rank brain works / N. Patel// Neil Patel. [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://neilpatel.com/blog/how-rankbrain-works/> . – Дата доступа: 18.03.2017.
45. Ward M. 6 Steps for Building a Better Ecommerce Brand/ M. Ward// Big Commerce [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://www.bigcommerce.com/blog/6-steps-for-building-a-better-e-commerce-brand/>. – Дата доступа: 18.03.2017.