

РЕФЕРАТ

Дипломная работа Чуйко И.С. на тему: Организация интернет-маркетинга на промышленном предприятии и пути его совершенствования (на примере унитарного предприятия «Светотехника» ОО «БелТИЗ»)

Дипломная работа: 70 с., 11 рис., 24 табл., 22 источника, 8 прил.

PEST-АНАЛИЗ, SWOT-АНАЛИЗ, РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

Объект исследования – промышленное предприятие химии УП «Светотехника».

Предмет исследования – сайт предприятия и организация работы с клиентами на промышленном предприятии УП «Светотехника».

Цель работы – разработка новых направлений развития интернет-маркетинга на предприятии.

При выполнении работы использованы методы статистического анализа, наблюдения, анализа, PEST- анализ, SWOT- анализ, корреляционный и регрессионный анализ. В процессе работы проведены исследования интернет-маркетинга на предприятии, проведен анализ хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия, разработаны мероприятия по совершенствованию интернет-маркетинга на предприятии. В ходе выполнения дипломной работы выявлены недостатки в интернет-маркетинге промышленного предприятия УП «Светотехника»: нет наличия своего интернет-магазина, нет возможности увидеть видео демонстрацию изделий, которые изготавливает предприятие, а также изделий, которые уже эксплуатируются на объектах.

Результатами выполнения дипломной работы явились мероприятия по совершенствованию интернет-маркетинга промышленного предприятия химии УП «Светотехника»: создание онлайн-магазина, внедрение на сайт возможности увидеть готовую продукцию, видео-испытания продукции и создание рекламной кампании предприятия. Внедрение предложенных мероприятий позволит получить дополнительную прибыль в размере 4265,04 руб.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и 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.