

КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА, ГУМАНІТАРНИХ І СОЦІАЛЬНИХ НАУК
КАФЕДРА ГУМАНІТАРНИХ НАУК, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до випускної роботи бакалавра

на тему «ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ
СЕРЕДОВИЩІ»

Виконала: студентка 4 курсу, групи БІС-17-13
спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна
та архівна справа

Освітня програма «Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа»

Яцина Г. В.

Керівник Тур О. М.

Рецензент Маслак О. І

м. Кременчук 2021 року

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 6 |
| РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ..... | 11 |
| 1.1 Специфічні ознаки та відмінності Інтернет-маркетингу від традиційних маркетингових технологій | 11 |
| 1.2 Принципи функціонування Інтернет-маркетингу..... | 21 |
| 1.3 Інтернет як засіб використання маркетингових стратегій в інформаційній сфері..... | 37 |
| РОЗДІЛ 2 ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 49 |
| 2.1 Переваги та недоліки використання Інтернет-технологій в інформаційній сфері | 49 |
| 2.2 Інтернет-послуги у практичній маркетинговій діяльності організацій..... | 55 |
| ВИСНОВКИ..... | 73 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 78 |
| ДОДАТКИ..... | 85 |

АНОТАЦІЯ

Тема: Перспективи розвитку Інтернет-технологій маркетингової діяльності в сучасному інформаційному середовищі

Записка: 86 сторінок, 5 рисунків, 1 таблиця, 2 додатки, 74 літературні джерела.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність у глобальній мережі Інтернет.

Предметом дослідження є відносини між суб'єктами Інтернет-маркетингу, що складаються в процесі маркетингової діяльності та перспективи їхнього розвитку на прикладі інформаційних підприємств.

Мета роботи: дослідивши теоретичні основи використання Інтернету в маркетингу та побудову маркетингових стратегій у практичній інформаційній діяльності, сформулювати висновок про доцільність застосування українськими підприємствами можливостей глобальної мережі Інтернет у маркетинговій діяльності.

У випускній роботі окреслено зміст поняття «маркетингова діяльність» в межах теорії Інтернет-маркетингу; систематизовано сучасну наукову думку про розвиток маркетингу у глобальній мережі Інтернет; визначено і схарактеризовано особливості впливу Інтернет на діяльність підприємств. Автор запропонувала маркетингові стратегії в Інтернеті на прикладі інформаційних підприємств, виділивши п'ять специфічних особливостей Інтернету як одного з «нових ЗМІ». У роботі були використані матеріали провідних вебсайтів та студій з маркетингу. Проведене дослідження доводить, що Інтернет дозволяє використати найбільш ефективні з існуючих комунікаційних каналів з мінімальними витратами.

Ключові слова: Інтернет-технології, інформаційне середовище, маркетингова діяльність.

