

Тема производственной практики:
«Формирование международных стратегий
продвижения бренда компаний с
использованием средств Интернет-
маркетинга»



Выполнила:
магистрантка группы МБ-2
Чеботарева С.С.
Научный руководитель
преддипломной практики:
д.э.н., профессор
Матковская Я.С

Теоретическая значимость магистерской диссертации заключается в возможности применения положений и выводов исследования в дальнейшей разработке и совершенствовании методов продвижения отечественных брендов на зарубежные рынки при помощи средств Интернет-маркетинга.

Практическая значимость магистерской диссертации состоит в расширении возможностей продвижения брендов при помощи Интернет-технологий в системе маркетинговых коммуникаций компании как важной составляющей стратегии развития компании.



Положения научной новизны:

1. Выявлена роль Интернет пространства в современных условиях.
2. Проведенный сравнительный анализ современных методов продвижения брендов компании по различным параметрам показал, что Интернет-маркетинг, по сравнению с другими инструментами продвижения, на данном этапе развития информационных и маркетинговых технологий, считается одним из самых эффективных и выгодных.



Положения научной новизны:

3. Конкретизирована классификация способов и методов продвижения бренда посредством использования средств Интернет-маркетинга.

4. Оптимизирована стратегия на основе выбора и сравнения ключевых методов продвижения брендов отечественных компаний через сеть Интернет на зарубежные рынки.



Обновленные данные по объемам рекламного рынка России в период с 2000 по 2016 гг., предоставленные экспертами АКАР совместно с IAB Russia.

Структура рекламного рынка России в 2000-2016 гг., млрд. руб., %

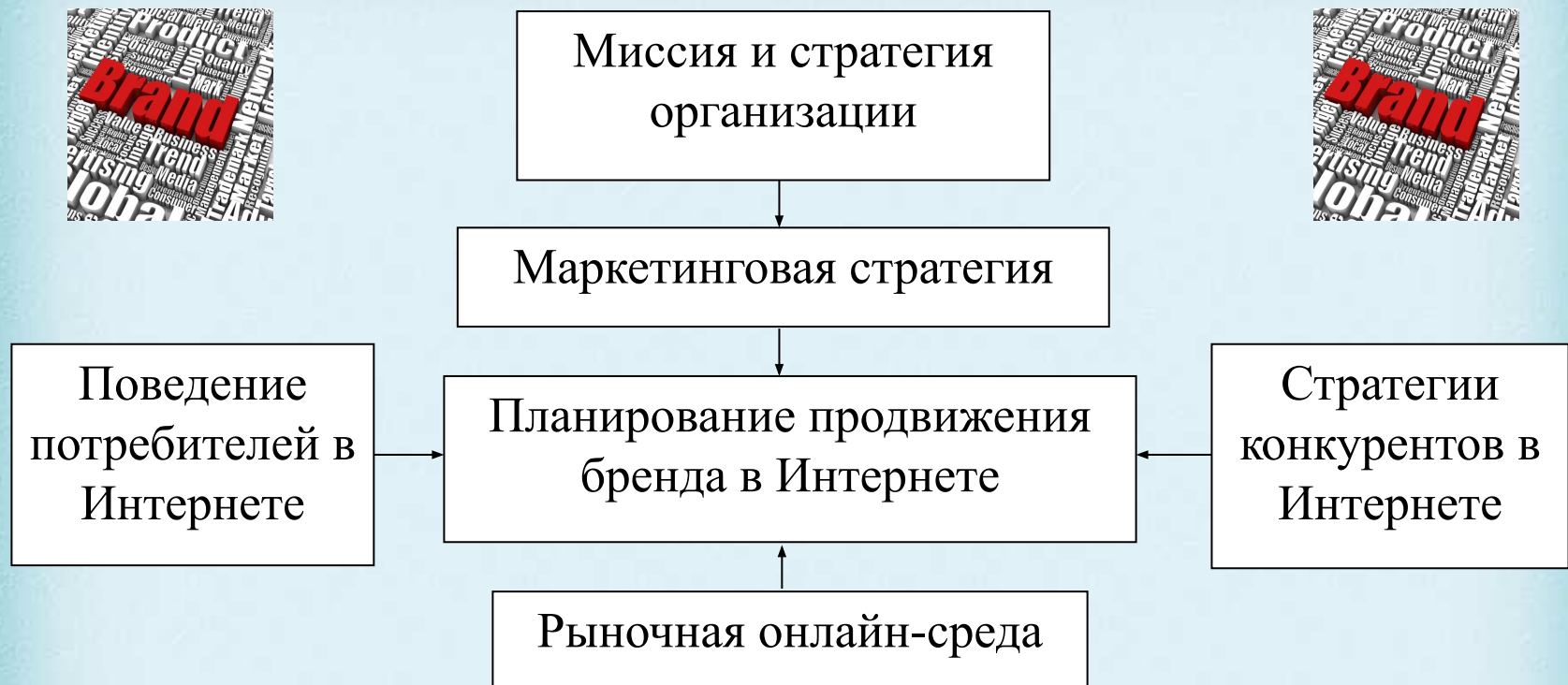
Сегмент	Годы			
	2000	2006	2011	2016
1. Телевидение	29	44	50	42
2. Радио	6	6	4	4
3. Пресса	48	27	15	5
4. ООН (out-of-home advertising)	17	20	15	11
5. Интернет	0	3	16	38

Источник: составлено автором по материалам АКАР - Ассоциация Коммуникационных Агентств в России - Рекламный рынок 2000 – 2016 гг.

Сегменты «наружная реклама», реклама в кинотеатрах и «прочее» были объединены в единый сегмент Out Of Home (ООН).



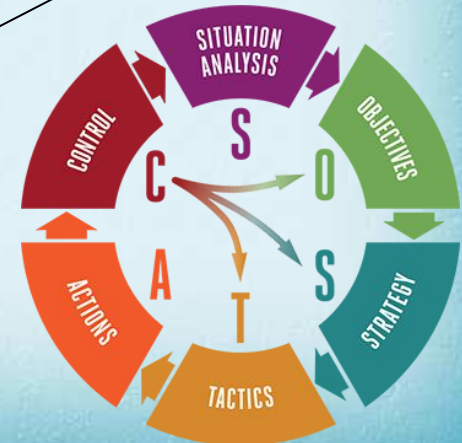
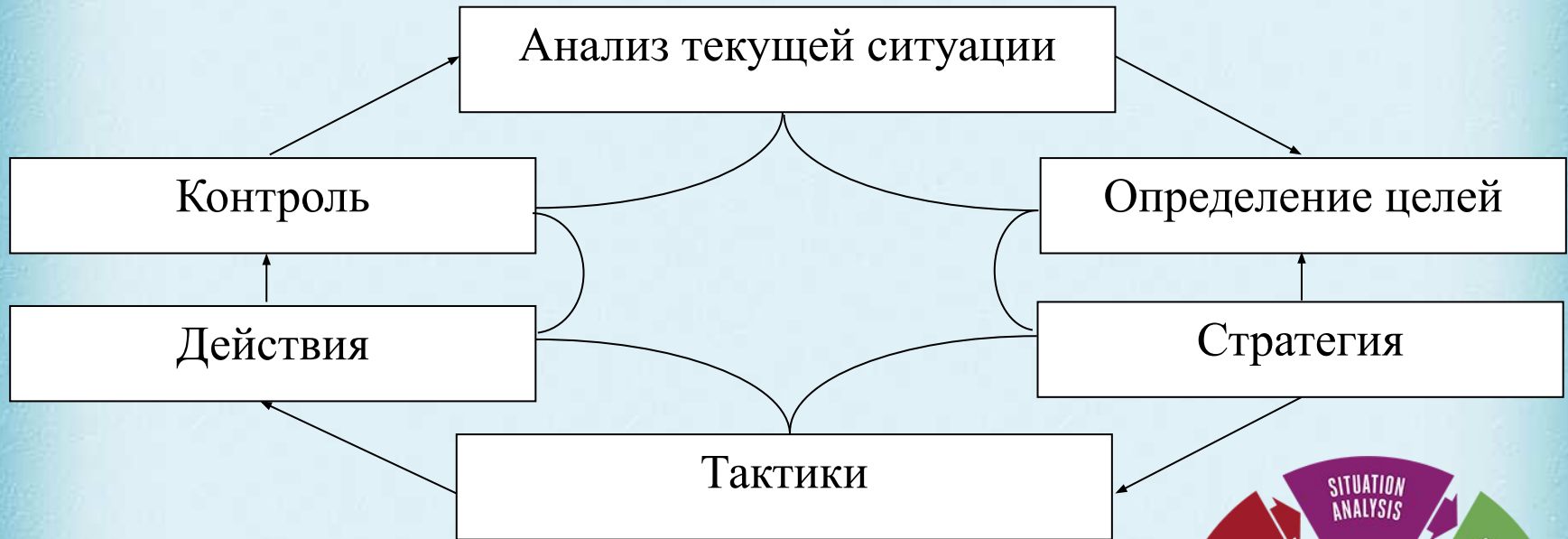
Факторы, влияющие на планирование Интернет-маркетинга



В работе проводится анализ основ построения системы Интернет-маркетинга при продвижении бренда компании на зарубежные рынки, рассматривается web-сайт как основа продвижения бренда в Интернет, а также изучаются правовые, этические аспекты продвижения бренда через сеть.

Циклическая модель SOSTAC

(Situation analysis , Objectives, Strategy, Tactic, Actions, Control) – модель стратегического планирования продвижения бренда в Интернете



Существуют различные способы продвижения бренда через Интернет такие, как: создание web-сайта компании, поисковая оптимизация (SEO), контекстная и медийная реклама, маркетинг в социальных сетях, E-mail-маркетинг, вирусный маркетинг и другие. От умелого развития и продвижения бренда в сети зависят стратегические перспективы компании.

По продолжительности маркетинговые стратегии по продвижению бренда в сети Интернет бывают краткосрочные и долгосрочные. Как показывает практика, в настоящее время преобладают краткосрочные стратегии, продолжительностью примерно 6-12 недель, а большинство акций длится 3-5 недель.



В диссертационной работе были рекомендованы показатели к оценки эффективности международных стратегий продвижения бренда компании посредством использования средств Интернет-маркетинга, выделены основные этапы формирования стратегии продвижения бренда посредством использования средств Интернет-маркетинга, изучены ключевые правила для построения успешной стратегии и рассмотрены возможности создания стратегии продвижения товара/услуги.

Таким образом, продвижение бренда при помощи инструментов Интернет-маркетинга является ключевым фактором успешного развития бизнеса в современных экономических условиях, формирования положительной репутации и привлекательного имиджа компании и одним из наиболее важных и перспективных элементов конкурентной борьбы.



ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПЛАН РАБОТЫ

№ п/п	Содержание работы	Даты выполнения	Отметка о выполнении
1	Научно-исследовательская работа. Расширение и закрепление системы теоретических знаний по экономическим дисциплинам.	12.02.2018 - 19.02.2018	
2	Учебная работа. Формирование общепедагогических умений и навыков, в том числе умений обоснованно отбирать учебный материал и организовывать учебные занятия.	20.02.2018 - 15.03.2018	
3	Методическая работа. Развитие умений выбирать и использовать современные формы и методы обучения.	16.03.2018 - 20.03.2018	
4	Организационная работа.	12.02.2018 -25.05.2018	
4.1	Использование современных информационных средств обучения.	13.02.2018 - 20.05.2018	
4.2	Формирование творческого подхода к педагогической деятельности.	21.03.2018 - 24.04.2018	
5	Анализ результатов и составление отчета	30.05.2018	

Отчет о прохождении педагогической практики

Место проведения ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет».

Дата проведения: 20.10.2016; 5.12.2016; 5.04.2017; 6.04.2017; 20.09.2017; 21.09.2017; 22.09.2017; 13.10.2017; 7.11.2018; 6.12.2017; 21.11.2018; 25.01.2018; 13.02.2018; 14.02.2018; 26.03.2018.

Тема № 1 «Основные понятия маркетинга и этапы развития маркетинговой мысли»; №2 «Рынок и рыночные показатели»; №3 «Маркетинговое планирование»; №4 «Маркетинг и удовлетворение потребностей»; №5 «Поведение потребителя: процесс принятия решения о покупке»; №6 «Задачи и формы маркетинговых исследований»; №7 «Мировая валютная система и международные валютные отношения в условиях глобализации мировой экономики»; №8 «Эволюция мировой валютной системы и современные валютные проблемы».

План занятия

1. Опрос студентов и обсуждение темы занятия;
2. Решение задач по экономике;
3. Периодическое проведение контрольных и самостоятельных работ;
4. Отчет рефератов.

Конспект

В результате прохождения педагогической практики магистрант проанализировал учебно-методическую литературу, планировал и организовывал свою деятельность и деятельность обучающихся, а также использовал современные технологии в процессе профессионального обучения.

Спасибо за внимание!

