

Реферат

выпускной квалификационной работы
(бакалавриат / специалитет / магистратура)

Тема выпускной квалификационной работы: Совершенствование организации продвижения и стимулирования сбыта в сети интернет на примере рынка электронных сигарет

Автор ВКР: Лушин Виктор Сергеевич

Научный руководитель ВКР: доктор экономических наук, доцент профессор кафедры инноватики, маркетинга и рекламы О.Ю. Косенко

Сведения об организации-заказчике ИРГЯИГТ ФГБОУ ВПО «ПГУ»

Актуальность темы исследования: ни поддается сомнению, поскольку интернет среда постоянно развивается и не рассматривать такое широкое поле деятельности для рекламных агентств и маркетинговых отделов попросту невозможно. С каждым днем влияние сети на нашу жизнь растет. В связи с наступающим ростом влияния интерната на все виды коммерческой деятельности, каждый маркетолог должен заниматься продвижением и стимулированием сбыта в сети интернет.

Степень разработанности проблемы. Вопросы организации и управления продажами продукции, ее продвижения составляют сферу научных интересов многих зарубежных и отечественных специалистов.

Теоретические, методологические и практические аспекты проблем маркетинга, стимулирования сбыта и продвижения продукции исследуются в трудах Аблера Т., Баркана Д.И., Барнса Дж., Берда Д., Винкельманна П., Горчелса Л., Джейкобса Р., Котлера Ф., Лукича Р., Портера М., Розана Л., Стоуна Б., Сэндлера Д., Стиффа Д., Траута Дж., Акоповой Е.С., Акулича И.Л., Баркана Д.И., Березкина О.П., Годиной А.М., Голубковой Е.П., Костоглодова Д.Д., Марабоевой Л.В., Моргунова В.И., Музыканта В.Л., Осовцева В.А., Шкардуна В.Д. и др.

Однако, несмотря на значительное число исследований в данной области науки, вопросы, связанные с системной разработкой программ стимулирования сбыта в сети Интернет, остаются недостаточно проработанными.

Целью работы является анализ теоретических основ ведения маркетинговой деятельности в сети интернет в целом, на рынке электронных сигарет в частности и создание рекомендаций по совершенствованию организации интернет-продвижения на российском рынке.

Задачами работы являются:

- анализ основных характеристик продвижения в сети Интернет;
- изучение организации интернет-продвижения на зарубежном рынке;
- раскрытие особенностей стимулирования сбыта в сети Интернет на территории Российской Федерации и стран СНГ;
- изучение особенностей и характера функционирования рынка электронных сигарет;
- анализ основных принципов организации продвижения электронных сигарет;
- выработка рекомендаций по совершенствованию организации продвижения и стимулированию сбыта на российском рынке посредством сети Интернет.

Объектом исследования является интернет-маркетинг.

Предметом исследования является организационно-управленческие отношения и проблемы, возникающие в процессе стимулирования интернет продаж на рынке электронных сигарет.

Теоретические основы исследования: труды отечественных и зарубежных ученых в области интернет-маркетинга, исследования рынка зарубежными специалистами.

Методологические основы исследования: теоретический анализ, индукция, дедукция, аналогия, моделирование, сравнение, классификация, обобщение.

Эмпирические основы исследования: репрезентативность и фактологическая достоверность данных исследования обеспечиваются использованием материалов Росстата, интернет-ресурсов, а также достигаются посредством анализа и обобщения данных научных публикаций:

монографий, научных журналов отечественных и зарубежных авторов, аналитических обзоров по указанным аспектам в рамках исследуемой проблематики.

Теоретическая значимость исследования заключается в раскрытии, обобщении и классификации основных характеристик, функций и инструментов продвижения в сети интернет, а также в сравнительном анализе основных аспектов интернет продвижения на зарубежном и отечественном рынках.

Практическая значимость исследования заключается в систематизации информации в области практического использования продвижения в сети интернет и создании перечня рекомендаций, которые могут предоставить неоценимую помощь маркетинговым отделам предприятий в организации продвижения посредством сети интернет.

Структура работы. Работа включает введение, две главы, заключение, список использованной литературы.

В первой главе представлено теоретическое описание всех аспектов интернет-маркетинга, деленное на три последовательные части.

Во второй главе исследуются основные способы практического использования маркетинга в интернете на рынке электронных сигарет и приведены рекомендации по внедрению маркетинговых интернет-технологий на российский рынок.