

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему:

«Интернет как эффективная среда рекламного и PR продвижения на рынке автозапчастей»

Автор: Мурадян А.Э.

Научный руководитель:

Ануфриенко Светлана Викторовна

Стр.69, библиограф. назв. 105.

Ключевые слова: Интернет-продвижение, стратегия продвижения, PR-технологии, рынок автозапчастей, связи с общественностью.

Актуальность темы исследования. В рыночной экономике успешность бизнеса напрямую зависит от комплексной коммуникационной деятельности. Большинство субъектов российского бизнеса основываются на замечательных идеях, предлагают востребованные товары и услуги, имеют производственные ресурсы и штат, но это всё не всегда может быть реализовано из-за отсутствия эффективного продвижения результатов их деятельности на рынке. Вопрос продвижения продукта в условиях ужесточающейся конкуренции стоит сегодня как никогда остро.

Целью работы заключается в рассмотрении всех преимуществ сети Интернет как среды в процессе рекламного и PR-продвижения на рынке автозапчастей.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих **задач:**

- изучить сущность и стандартные методы продвижения товаров на рынке автозапчастей;
- проанализировать методы оптимизации рекламного и PR –продвижения интернет-магазина как ключевого канала коммуникации с потребителем;
- исследовать особенности конкурентной среды и потребительского поведения клиентов компании «Автодетали»;
- разработать проект создания и коммуникационного продвижения интернет-магазина «Автодетали».

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что проведённое исследование предоставляет эвристическую основу для последующего изучения технологии создания и продвижения интернет-магазинов.

Движущими факторами для будущего углубленного рассмотрения данного вопроса являются его неоднозначность и динамичность в контексте стремительно сменяющихся событий и суждений, что не ограничивает круг методологических и когнитивных вариантов исследования. Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных данных для разработки теоретических курсов по связям с общественностью, рекламе и Интернет-продвижению.

Результаты исследования. Для прогнозирования эффективности была предложена программа коммуникационного продвижения, в которой отражены мероприятия, сроки и стоимость их реализации. Данная программа продвижения позволяет определить, за какой период онлайн – магазин окупит вложенные средства и начнет приносить прибыль. Расчет производился исходя из довольно дорогостоящих, но в то же время и наиболее эффективных методов продвижения. В расчетах не было учтено, какое количество пользователей принесут буклеты или воспользуются скидками по рассылке. Но данные способы, как показала практика, действенные, так как неоднократно были использованы руководством магазина «Автодетали». При наилучшем стечении обстоятельств, интернет – магазин сможет начать приносить прибыль уже после года функционирования. Однако необходимо также проводить регулярный комплексный многосторонний анализ сайта, основывающийся на анализе данных Яндекс Метрики, а также отчетов по SEO-оптимизации и контекстному продвижению с целью оптимизации интерфейса ресурса с точки зрения функциональности.