

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

УДК 004.738.52

Ивановский

Михаил Иосифович

**ПРОДВИЖЕНИЕ ОПТИЧЕСКИХ КОМПОНЕНТОВ В СЕТИ
ИНТЕРНЕТ**

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра информационных технологий
по специальности 1-40 81 05 «Информационно-коммуникационные
технологии в экономике»

Научный руководитель,

Н.Г. Забродская
канд. экон. наук,
доцент

Минск, 2020

ВВЕДЕНИЕ

Реализация товаров и услуг - важнейший этап деятельности любого предприятия, работающего в рыночных условиях. Основной целью компании становится привлечение клиентуры, расширение сферы сбыта своих услуг и продукции, а, следовательно, увеличение прибыли. Средствами достижения данной цели, как правило, служат маркетинговые инструменты.

Современные тенденции в продвижении товаров в сети Интернет рассмотрены на примере белорусской компании–производителя оптических компонентов ООО «ИЗОВАК Технологии». Основной деятельностью предприятия является изготовление широкого спектра оптических элементов (интерференционных светофильтров, зеркал, спектроделителей, и проч.).

В связи с небольшим рынком оптических компонентов в Республике Беларусь, целевым рынком для продвижения продукции компании является мировой рынок. Интернет - самый эффективный инструмент для доведения необходимой информации до потенциальных клиентов по всему миру и организации продаж. Рассмотрен комплекс методов и каналов продвижения для достижения максимального результата. Предложен маркетинговый план действий для наращивания потока клиентов через электронные каналы продвижения.

Проведенная оценка эффективности и окупаемости предлагаемой стратегии продвижения в сети Интернет на примере продукции компании ООО «ИЗОВАК Технологии» свидетельствует о целесообразности внедрения разработанной стратегии и мероприятий.

1. Общая характеристика работы:

Тема диссертации выбрана в связи со спадом объемов продаж через существующие каналы продвижения, необходимостью повышения экспорта, а также возрастанием роли Интернета в поиске новых клиентов и выходе на новые рынки сбыта. В настоящее время стратегия и тактика продвижения в сети Интернет является основополагающим фактором для стабильного сбыта и развития предприятия, что свидетельствует об актуальности темы исследования.

Объектом исследования являются предприятия, работающие на мировом B2B рынке оптических компонентов.

Предметом исследования – продвижение оптических компонентов в сети Интернет.

Актуальность заключается в быстром развитии продаж через Интернет даже таких сложных и уникальных товаров как оптические компоненты.

Целью данной диссертации является совершенствование продвижения оптических компонентов в сети Интернет и повышение эффективности выделяемого на это маркетингового бюджета.

Для достижения цели решены следующие **задачи**:

- Изучены существующие методы продвижения в сети Интернет;
- Проанализированы финансово-экономические показатели предприятия ООО «ИЗОВАК Технологии»;
- Изучена маркетинговая политика и продуктовый портфель
- Рассмотрены стратегии продвижения оптических компонентов ведущих производителей на мировом рынке;
- Разработаны пути улучшения продвижения оптических компонентов в сети Интернет;
- Рассчитан экономический эффект и срок окупаемости предпринимаемых мероприятий;

Практическая значимость исследования обуславливается возможностью применения предлагаемых мероприятий в ООО «ИЗОВАК Технологии», повышающих эффективность со сроком окупаемости 1 год. А также возможностью в практическом применении современных технологий продвижения для узкоспециализированных предприятий В2В рынка.

Автор исследований, положенных в основу данной диссертации самостоятельно изучил современные технологии продвижения продукции через Интернет и лучшие практики продвижения среди мировых компаний на рынке В2В, на основании которых предложил и обосновал ряд мероприятий для улучшения эффективности продвижения в ООО «ИЗОВАК Технологии», дал заключение и разработал план действий по комплексному продвижению в сети Интернет в компании;

По материалам исследований опубликованы две научные статьи:

[1] Ивановский М.И. Особенности продвижения товаров на высокотехнологичных В2В рынках // Студенческая научно-техническая конференция: «Экономика и маркетинг в промышленности», БГУИР, Минск, 2020, С.275-276.;

[2] Ивановский М.И. Разработка контент стратегии при продвижении на В2В рынке, Студенческая научно-техническая конференция: «Экономика и маркетинг в промышленности», Минск, 2020, С.277-278.

2. Краткое содержание работы.

В первой главе подробно описываются мировой рынок оптических компонентов, теоретические основы продвижения, методы продвижения товаров и услуг в сети Интернет на рынке B2B. Приведена оценка маркетинговых стратегий ключевых игроков на рынке оптических компонентов в мире.

Во второй главе в ходе анализа производственной, хозяйственной, экономической деятельности предприятия установлено, что компания имеет возможности и ресурсы для организации полноценной стратегии продвижения в Интернете. Анализ продуктового портфеля позволит выделить сильные продукты, востребованные на мировом рынке, на которых следует сделать акцент при продвижении оптических компонентов. Проведенный анализ позволил выявить недостатки в текущем подходе и отношении к интернет-продвижению.

Третья глава включает в себя подробную маркетинговую стратегию по продвижению продукции компании на мировом рынке посредством сети Интернет. Рассчитан ожидаемый экономический эффект, возможные плюсы и минусы от внедрения маркетинговой стратегии с упором на продвижение в сети Интернет.

На основе исследования, выполненного в диссертации, разработаны мероприятия и рекомендации по опытному внедрению маркетинговой стратегии, включая маркетинговый план на 2021 год ООО «ИЗОВАК Технологии».

3. Положения, выносимые на защиту.

1. Разработанная маркетинговая стратегия продвижения в сети Интернет для рынка оптических компонентов на примере ООО «ИЗОВАК Технологии»
2. Совершенствование организационной структуры предприятия путем создания отдела маркетинга.
3. Расширение экспорта оптических компонентов путем выхода на рынки Европы и Северной Америки.

4. Заключение

Создан маркетинговый план по присутствию компании в Интернете на 2021 год, являющийся первым этапом в реализации новой маркетинговой стратегии предприятия по продвижению в сети Интернет.

Сверстан бюджет предлагаемых мероприятий первого года и сделан экономический прогноз по окупаемости инвестиций.

При написании проекта использовались экономико-математические, аналитические, статистические, балансовый и нормативный методы исследования. Источниками информации являлись монографии, научные статьи по теме диссертационной работы, статистическая и бухгалтерская отчетность предприятия.

Библиотека БГУИР