

2022410 Разработка алгоритма продвижения товаров в торговых сетях

Оглавление	
ВВЕДЕНИЕ	2
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	5
1.1 ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КОММУНИКАЦИЯХ ПРОДВИЖЕНИЯ	5
1.2 ИННОВАЦИИ В КОММУНИКАЦИЯХ ПРОДВИЖЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ	12
1.3 ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА В КОММУНИКАЦИЯХ ПРОДВИЖЕНИЯ	18
2 РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ В СЕТЯХ	25
2.1 Оценка состояния мероприятий по продвижению продукции в компании	25
2.1.1 Стратегия продвижения	25
2.1.2 Выбор социальных сетей для проведения рекламной кампании SWOT- анализ	28
2.1.3 Анализ возможностей сервисов для автоматизации	34
2.2 Предложения по совершенствованию коммуникаций продвижения продукции	40
2.2.1 Разработка контент-плана публикаций в социальных сетях	51
2.2.2 Разработка плана взаимодействия с площадками	53
2.2.3 Работа с подписчиками групп в социальных сетях	55
2.3 Описание структуры программы	60
2.3.1 Архитектура модуля	66
3 ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОВОДИМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	68
3.1 Расчет стоимости предлагаемых мероприятий	68
3.2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ ВОЗМОЖНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ	71
3.2.2 Расчет денежных потоков по проекту	79
3.2.3 Расчет показателей эффективности проекта	79
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	82
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ	84