

242426 Стратегия продвижение в социальных сетях на примере политической партии "Единая Россия"

ВВЕДЕНИЕ	2
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ	5
1.1 ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	5
1.2 СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ СЕТЯХ	12
1.3 ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ СЕТЯХ	18
2 ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПАРТИИ «ЕДИНАЯ РОССИЯ»	25
2.1 КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ	25
2.2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	29
2.2.1 Стратегия продвижения	29
2.2.2 Выбор социальных сетей для проведения рекламной кампании. SWOT – анализ	32
2.2.3 Анализ возможностей сервисов для автоматизации	38
3 ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	44



3.1 НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	44
3.1.1 Разработка контент – плана публикаций в социальных сетях	
55	
3.1.2 Разработка плана взаимодействий с площадками	56
3.1.3 Работа с подписчиками групп в социальных сетях	59
3.1.4 Расчет стоимости предлагаемых мероприятий	68
3.2 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ	71
3.2.2 Расчет денежных потоков по проекту	82
3.2.3 Расчет показателей эффективности проекта	83
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	85
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ	87

