

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«СТРАТЕГІЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА»**

(на матеріалах туристичної агенції «Verona Tour»)

Здобувача вищої освіти
3 курсу, групи Т-31зс,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Туризм»

Когдака
Владислава
Олеговича

Науковий керівник
доктор історичних наук,
професор

Чорна
Наталія
Миколаївна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Онищук
Наталія
Вікторівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1 Поняття Інтернет-маркетингу, його основні елементи та інструменти реалізації	7
1.2 Зміст стратегії Інтернет-маркетингу, її основні види та особливості застосування туристичними підприємствами	13
1.3 Етапи реалізації стратегії Інтернет-маркетингу	15
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «VERONA TOUR»	18
2.1 Організаційна структура та господарська діяльність підприємства	18
2.2 Аналіз маркетингової діяльності підприємства	23
2.3 Аналіз Інтернет-маркетингу підприємства	27
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «VERONA TOUR»	31
3.1 Обґрунтування необхідності впровадження стратегії Інтернет- маркетингу в діяльність підприємства	31
3.2 Інструменти Інтернет-маркетингу, які рекомендується впровадити в діяльність підприємства	34
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	41
ДОДАТКИ	46

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 63% людей зараз онлайн. Великий звіт Digital 2022 про користувачів Інтернету. URL : <https://ain.ua/2022/04/30/zvit-digital-2022/> (дата звернення: 18.04.2023)
2. Барвінок Н.В. Роль інноваційних інструментів інтернет-маркетингу у просуванні туристичного продукту. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип 17. Т. 2. URL : <file:///C:/Users/NATALIA/Downloads/5608-Article%20Text-14478-1-10-20211215.pdf> (дата звернення: 30.04.2023)
3. Білецька І. Обґрунтування елементів і структури організаційно-економічного механізму Інтернет-маркетингу розвитку підприємств туризму на інноваційних засадах. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. № 1. С. 18-25. URL : <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/887/840> (дата звернення: 30.04.2023)
4. Близько 78 % українців щодня користуються Інтернетом. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3497671-blizko-78-ukrainsiv-sodna-koristuutsa-internetom.html> (дата звернення: 19.04.2023)
5. Богуславська М.В. Новітні технології інтернет-маркетингу. *Інтернаука*. 2017. № 5. С. 108-110.
6. Боднарук О.В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки*. 2019. № 37. С. 97-104.
7. Ваврик А.В. Методи та інструменти Інтернет-маркетингу. науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Вип. 22. Ч. 1. С. 44-47. URL : http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/22_1_2018ua/11.pdf (дата звернення: 20.04.2023)

8. Вавриш О. Проблеми становлення та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в українській економіці. *Інноваційна економіка*. 2011. № 5. С. 235–237.
9. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу: навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
10. Гузенко С., Міщенко С. Що таке Інтернет-маркетинг. URL : <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-rabotaet-pravilnyj-internet-marketing-3-shaga-k-uspehu> (дата звернення: 20.04.2023)
11. Єсіпова К.А. Соціальні мережі в управлінні туристичним підприємством. URL : http://www.rusnauka.com/27_NPM_2012/Economics/6_116124.doc.htm (дата звернення: 29.04.2023)
12. Завгородня О.В., Писаренко Н.Л. Використання інструментів інтернет маркетингу в туризмі на прикладі туристичної компанії «TUI» в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління. 2018. Вип. 12. URL : <http://ape.fmm.kpi.ua/issue/view/7925> (дата звернення: 23.04.2023)
13. Іллященко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій в маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. Т. 1. С. 64–74.
14. Калантай В.В., Барабалюк Р.С. Особливості Інтернет-маркетингу. *Маркетинг і контролінг: сучасні виклики підприємств*. 2017. С. 147-149. (дата звернення: 19.04.2023)
15. Колєнчук Г. Маркетингові витрати туристичних підприємств: обліковий аспект. *Вісник КНТЕУ*. 2015. № 5. С. 95-107. URL : <http://visnik.knute.edu.ua/files/2015/05/10.pdf> (дата звернення: 23.04.2023)
16. Кордзая Н.Р Вірусний маркетинг як метод електронної комерції. *Економіка і суспільство*. 2018. №15. С. 338-343.
17. Кравцова А. Використання цифрових технологій в маркетинговій діяльності. *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2018. №2 (11). С. 75-81.

18. Крайнюченко О.Ф., Полтавцев В.О. Використання оптимальної системи Інтернет-маркетингу в діяльності підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 6(1). С. 203-207.

19. Краці інструменти для ефективного Інтернет-маркетингу. URL : <https://brander.ua/blog/krashchi-instrumenty-dlya-efektyvnoho-internet-marketynhu> (дата звернення: 20.04.2023)

20. Летуновська Н.Є. Маркетинг у туризмі: підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.

21. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 184 с.

22. Ляшенко Г.П., Моткалюк Р.Т. Інтернет-маркетинг та його інструменти. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право)*. 2013. № 3. С. 59- 65.

23. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.

24. Маркетинг : навч. посіб. / за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

25. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

26. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : КНТЕУ, 2007. 493 с.

27. Менеджмент і маркетинг туризму: навч. посіб. / за ред. О. Є. Лугініна. Київ : Видавництво Ліра-К, 2016 364 с.

28. Мних О. Інтернет-маркетинг як компонента туристичного бізнесу в розумній економіці. *Вісник КНУТД. Серія : Економічні науки*. 2021. № 1 (155). С. 45-54. URI : https://www.researchgate.net/publication/354324879_INTERNET-MARKETING_AK_KOMPONENTA_TURISTICNOGO_BIZNESU_V_ROZUMNIJ_EKONOMICI (дата звернення: 24.04.2023)

29. Офіційний сайт туристичної агенції «Verona Tour». URL : <https://verona.vn.ua/> (дата звернення: 23.04.2023)

30. Панченко В.А., Баран Р.Я. Перспективні сфери та напрями розвитку туристичного сектора України із застосуванням сучасного маркетингового інструментарію. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія : Економічні науки.* 2021. № 5. Том 1. С. 76-81. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/12/2021-5t1-13.pdf> (дата звернення: 24.04.2023)

31. Полякова А.В. Інтернет-маркетинг як інноваційний засіб розвитку туристичної індустрії. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в управлінні підприємством* : Тези доповідей III наук. конф. (м. Вінниця, 5 листопада 2018 р.). Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 217 с. С. 39-41. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/polyakova.htm (дата звернення: 29.04.2023)

32. Присакар І.І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу. *БІЗНЕСІНФОРМ.* 2015. № 12. С. 337.

33. Романенко О.О. Види маркетингових Інтернет-стратегій. *Підприємництво. Менеджмент. Маркетинг. Логістика.* 2014. № 6 (16). С. 70-76. URL : <https://economics.net.ua/files/archive/2014/No6/70-76.pdf> (дата звернення: 20.04.2023)

34. Святненко В. Маркетингові технології як засіб ефективного розвитку вітчизняних підприємств. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка.* 2014. № 8(161). С. 44-49.

35. Сторінка туристичної агенції «Verona Tour» у соціальній мережі Facebook. URL : <https://www.facebook.com/verona.tour> (дата звернення: 23.04.2023)

36. Сторінка туристичної агенції «Verona Tour» у соціальній мережі Instagram. URL : https://www.instagram.com/verona_tour.vin/ (дата звернення: 23.04.2023)

37. Стратегічний Інтернет-маркетинг: що це таке і кому він потрібен. URL : <https://ag.marketing/blog/strategichnij-internet-marketing/> (дата звернення: 19.04.2023)

38. Швець М. Інструменти Інтернет-маркетингу: 12 апостолів. URL : <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/159-instrumenti-internet-marketingu-12-apostoliv.html> (дата звернення: 20.04.2023)

39. Шпилик С.В. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2015. Том 49. № 2. С. 212-223.

40. Що необхідно знати про Інтернет-маркетинг? URL : <https://www.volynpost.com/news/142560-scho-neobhidno-znaty-pro-internet-marketyng> (дата звернення: 18.04.2023)

41. Когдак В.О. Поняття Інтернет-маркетингу та його роль у діяльності підприємства. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 20 квітня 2023 р.). Вип. 174. Вінниця : ВРР ВТЕІ ДТЕУ, 2023. С. 313-321. URL : http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb19_174.pdf (дата звернення: 20.05.2023)