**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Ефимовой Анастасии Юрьевны**

**«Комплексное продвижение медицинских компаний  в интернете
(на примере медицинских компаний Санкт-Петербурга)»**

**Актуальность работы** обусловлена необходимостью рассмотрения продвижения медицинских организаций в интернете как комплекса мероприятий: с единой целью и ключевыми посылами, а так же необходимостью создания методики, с помощью которой возможно успешное решение задач по продвижению медицинских услуг в Интернете.

**Практическая значимость** работы заключается в создании методики интернет-продвижения для компаний, оказывающих платные медицинские услуги и ее реализации на примере решения задач по продвижению четырех медицинских компании в Сети.

**Объектом** исследования является комплекс маркетинговых коммуникаций частных медицинских компаний. **Предмет** исследования: применение комплекса интернет-инструментов для продвижения четырех компаний, оказывающих медицинские услуги.

**Цель**  дипломного проекта - разработать актуальную методику продвижения медицинских услуг в Интернете и применить ее для решения задач по продвижению четырех компаний, оказывающих медицинские услуги на рынке Санкт-Петербурга.

**Задачи:**

1. Уточнить научное содержание понятий «продвижение», «комплексное продвижение», «интернет-продвижение».
2. Рассмотреть специфику маркетинговых коммуникаций в Интернете
3. Выявить уровень влияния специфики медицинских услуг на продвижение.
4. Предложить эффективную методику комплексного продвижения медицинских услуг в Интернете.
5. Применить предложенную методику на практике

 **Теоретико-методологическую** базу работы составили работы российских и зарубежных ученых и практиков в области маркетинговых коммуникаций, интернет-продвижения и продвижения медицинских услуг, исследования рынка медицинских услуг и digital-рынка проведенные **российскими и зарубежными маркетинговыми и исследовательскими агентствами.**

В **качестве эмпирической** базы работы выступили материалы экспертных интервью, а так же материалы, полученные в результате деятельности по сетевому продвижению четырех медицинских компаний, клиентов агентства ООО «Сотби», в реализации которой автор выпускной квалификационной работа принимал непосредственное участие.

**Методами исследования** послужили неформализованный анализ документов, экспертное интервью, мониторинг интернет-активности компаний, кейс-стади.

 **Структура работы**. Дипломный проект включает в себя введение, две главы, заключение, список литературы, а также приложения. В первой главе работы рассматриваются понятия продвижения и интенет-продвижения, дается общая характеристика медицинского бизнеса в России и Санкт-Петербурге, описана специфика продвижения медицинских услуг. Последний параграф главы посвящен описанию предлагаемой автором методики он-лайн продвижения компаний. Вторая глава посвящена подробному описанию и анализу 4 примеров применения предложенной методики для решения задач по продвижению медицинского бизнеса в Интернете.