

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ
(ОРГАНИЗАЦИИ) И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИХ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

СЫРОКВАШ Анастасия Вячеславовна

**Руководитель
Жуковская Ольга Юрьевна,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2021

Дипломная работа: 81 с., 36 рис., 9 табл., 52 источника.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, SEO, ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА.

Целью дипломной работы является рассмотрение инструментов интернет-маркетинга и выявление направлений совершенствования их использования на примере компании ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА».

Предмет исследования – инструменты интернет-маркетинга в ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА».

Объект исследования – инструменты интернет-маркетинга.

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, ABC-анализ, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических материалов по поводу инструментов интернет-маркетинга определены сущность, инструменты, технологии, показатели оценки результативности инструментов интернет-маркетинга, изучены основные тенденции развития и нормативно правовое регулирование интернет-маркетинга, проведен анализ инструментов интернет-маркетинга ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА», дана оценка результатов применения инструментов интернет-маркетинга организации, разработаны предложения по повышению эффективности и рассчитан экономический эффект от внедрения предложений по повышению эффективности инструментов интернет-маркетинга.

Элементы научной новизны: предложены и обоснованы предложения по развитию YouTube канала организации, созданию подкастов и чат-бота в Telegram и внедрению контекстной рекламы.

Область возможного практического применения: практически в планировании маркетинговой стратегии ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА» и других информационно-новостных ресурсах.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Dissertation: 81 p., 36 fig., 9 tab., 52 sources.

INTERNET MARKETING, INTERNET MARKETING TOOLS, CONTEXTUAL ADVERTISING, SEO, TARGETED ADVERTISING.

The purpose of the study: to consider the tools of Internet marketing and identify areas for improving their effectiveness on the example of the company «TUT BUY MEDIA».

The subject of the study: Internet marketing tools using the example of TUT.BY.

The object of the research: Internet marketing tools.

Research methods: analysis, computational analysis, ABC analysis, SWOT analysis.

Research and development: based on the study of theoretical materials on Internet marketing tools, the essence, tools, technologies, indicators for evaluating the effectiveness of Internet marketing tools are determined, the main trends in the development and regulatory regulation of Internet marketing are studied, the analysis of Internet marketing tools of «TUT BUY MEDIA» is carried out, the results of the use of Internet marketing tools of the organization are evaluated, proposals for improving the effectiveness of Internet marketing tools have been developed and the economic effect of implementing proposals for improving the effectiveness of Internet marketing tools has been calculated.

Elements of scientific novelty: proposals for the development of the organization's YouTube channel, the creation of podcasts and a chatbot in Telegram and the introduction of contextual advertising are proposed and justified.

Scope of possible practical application: practically in planning the marketing strategy of «TUT BUY MEDIA» and other information and news resources.

The author of the work confirms that the computational and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.