

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА»**

**КАФЕДРА ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ**

**Аннотация к дипломной работе**

**WEB-САЙТ КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-  
МАРКЕТИНГА  
(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «ВИТАЦЕНТР»)**

МОСКАЛЁВА Влада Вадимовна

Руководитель

Яскевич Светлана Владимировна,  
старший преподаватель кафедры, магистр педагогических наук

Минск, 2021

Дипломная работа: 101 с., 38 рис., 12 табл., 30 источников, 4 прил.

## МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ; ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ; ВЕБ-РЕСУРС; ВЕБ-САЙТ; ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.

Целью дипломной работы является анализ web-сайта как инструмента интернет-маркетинга с целью дальнейшего проектирования и разработки удобного и практичного в использовании web-сайта для совершенствования маркетинговой деятельности ООО «Витацентр».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- Ознакомиться с деятельностью организации, ее структурой, организацией управления предприятием.
- Изучить организационно-экономическую характеристику предприятия.
- Освоить методы и средства получения, хранения и обработки экономической и управленческой информации предприятия.
- Ознакомиться с конкретными проектами различных программных и информационных систем в организации.
- Провести анализ и оценку использования информационных технологий в организации.
- Провести анализ и оценку маркетинговой деятельности организации.
- Провести анализ использования веб-сайта как инструмента маркетинга в организации.
- Провести логико-структурный анализ проекта.
- Разработать бизнес-модель проекта.
- Разработать техническую концепцию проекта.
- Спроектировать и разработать усовершенствованный веб-сайт.
- Провести анализ экономической эффективности разработки веб-сайта.

Объект исследования – маркетинговая деятельность ООО «Витацентр».

Предмет исследования – web-сайт как инструмент интернет-маркетинга в ООО «Витацентр» (сеть печатных центров «Формат»).

Методы исследования: анализ, SWOT-анализ, сравнение, дедукция, наблюдение, интервьюирование, опрос и анкетирование.

Область возможного практического применения: в ООО «Витацентр».

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.

Graduation work: 101 p., 38 fig., 12 tab., 30 sources, 4 adj.

MARKETING, MARKETING ACTIVITY; INTERNET MARKETING;  
WEB RESOURCE; WEBSITE; INFORMATION TECHNOLOGY.

The purpose of the thesis is to analyze the web site as an Internet marketing tool in order to further design and develop a convenient and practical web site for improving the marketing activities of Vitacenter LLC.

Within the framework of achieving this goal, the author set the following tasks:

- Get acquainted with the organization's activities, its structure, and the organization of enterprise management.
- To study the organizational and economic characteristics of the enterprise.
- Master the methods and means of obtaining, storing and processing economic and managerial information of the enterprise.
- Get acquainted with specific projects of various software and information systems in the organization.
- Analyze and evaluate the use of information technology in the organization.
- Analyze and evaluate the marketing activities of the organization.
- Analyze the use of the website as a marketing tool in the organization.
- Conduct a logical and structural analysis of the project.
- Develop a business model for the project.
- Develop the technical concept of the project.
- Design and develop an improved website.
- Analyze the cost-effectiveness of website development.

The object of the research is the marketing activity of Vitacenter LLC.

The subject of the study is a web site as an Internet marketing tool in Vitacenter LLC (a network of «Format» print centers).

Research methods: analysis, SWOT analysis, comparison, deduction, observation, interviewing, survey and questionnaire.

Scope of possible practical application: in Vitacenter LLC.

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.

Дыпломная праца: 101 с., 38 мал., 12 табл., 30 крыніц, 4 прым.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ; ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ; ВЭБ-РЭСУРС; ВЭБ-САЙТ; ІНФАРМАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца аналіз web-сайта як інструмента інтэрнэт-маркетынгу з мэтай далейшага праектавання і распрацоўкі зручнага і практычнага ў выкарыстанні web-сайта для ўдасканалення маркетынгавай дзейнасці ТАА «Вітацэнтр».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі поставлены наступныя задачы:

- Азнаёміцца з дзейнасцю арганізацыі, яе структурай, арганізацыяй кіравання прадпрыемствам.

- Вывучыць арганізацыйна-эканамічную характарыстыку прадпрыемства.

- Асвоіць метады і сродкі атрымання, захоўвання і апрацоўкі эканамічнай і кіраўніцкай інфармацыі прадпрыемства.

- Азнаёміцца з канкрэтнымі праектамі розных праграмных і інфармацыйных сістэм у арганізацыі.

- Правесці аналіз і ацэнку выкарыстання інфармацыйных тэхналогій у арганізацыі.

- Правесці аналіз і ацэнку маркетынгавай дзейнасці арганізацыі.

- Правесці аналіз выкарыстання вэб-сайта як інструмента маркетынгу ў арганізацыі.

- Правесці логіка-структурны аналіз праекта.

- Распрацаваць бізнэс-мадэль праекта.

- Распрацаваць тэхнічную канцэпцыю праекта.

- Спрактаваць і распрацаваць удасканалены вэб-сайт.

- Правесці аналіз эканамічнай эфектыўнасці распрацоўкі вэб-сайта.

Аб'ект даследавання – маркетынгавая дзейнасць ТАА «Вітацэнтр».

Прадмет даследавання – web-сайт як інструмент інтэрнэт-маркетынгу ў ТАА «Вітацэнтр» (сетка друкаваных цэнтраў «Фармат»).

Метады даследавання: аналіз, SWOT-аналіз, параўнанне, дэдукцыя, назіранне, інтэрв'ю, апытанне і анкетаванне.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: у ТАА «Вітацэнтр».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.