

**Белорусский государственный университет
Механико-математический факультет
Кафедра высшей алгебры и защиты информации**

**Аннотация к дипломной работе
«Стратегии digital-маркетинг IT-компаний Беларуси»**

Кононенко Вячеслав Дмитриевич

руководитель Кремень Елена Васильевна

2014

Дипломная работа содержит: 70 страниц, 18 иллюстраций (рисунков), 1 приложение, 11 использованных литературных источников.

Ключевые слова: DIGITAL-МАРКЕТИНГ, ТРАФИК, ВЕБ-АНАЛИТИКА, КОНВЕРСИЯ

Объектом исследования являются digital-стратегии ряда IT-компаний Беларуси их англоязычные версии веб-сайтов.

Целью работы является увеличение охвата целевой аудитории, увеличение трафика на сайт и количество получаемых конверсий.

Для достижения поставленной цели использовались:

- методы по оптимизация веб-сайта,
- методы по улучшению usability,
- методы по работе с веб-аналитикой.

В ходе дипломной работы были получены следующие *результаты*:

- 1) описан ряд проблем характерных для многих веб-сайтов,
- 2) разработана стратегия digital-маркетинга,
- 3) составлен и реализован ряд работ, направленных на оптимизацию и улучшение сайта www.scnsoft.com,
- 4) подготовленные работы опробованы на практике, в результате чего был увеличен охват аудитории, трафик и количество конверсий на сайте.

Новизна результатов состоит в комплексной интеграции практических методов, направленных на достижение поставленных задач и веб-аналитики всех получаемых данных.

Дипломная работа содержит теоретическую и практическую части.

Результаты работы могут быть использованы в дальнейших исследованиях по digital-маркетингу, в разработке стратегий продвижения IT-компаний Беларуси на англоязычные рынки. Результаты дипломной работы опробованы на практике в компании.

Обоснованность и *достоверность* полученных результатов обусловлена практическим использованием разработанной стратегии.

Дипломная работа выполнена автором *самостоятельно*.

Belarusian State University
Faculty of Mechanics and Mathematics
Department of Higher Algebra and Information Security

Abstract for diploma paper
Strategy of digital-marketing of IT-companies of Belarus

Kononenko Vyacheslav Dmitrievich

Supervisor
Kremen' Elena Vasil'evna

2014

The structure of the thesis is: 72 pages of printed text, 18 illustrations (pictures), 1 appendix, 11 items of literature used.

Keywords: DIGITAL-MARKETING, TRAFFIC, WEB-ANALITICS, CONVERSION.

Object of the thesis is digital-strategies of several IT-companies of Republic of Belarus and English versions of their web-sites.

Purpose of the thesis is to increase the coverage of the target audience, to increase traffic to website and the quantity of conversions.

For the implementation of this purpose were used:

- methods for website optimization,
- methods for usability improvement,
- methods of the web-analytics work.

During the research following results were *obtained*:

- 1) several problems, which are specific for many web-sites were described,
- 2) strategy of digital-marketing was
- 3) a number of activities, aimed at optimizing and improving the site www.scnsoft.com were drafted and implemented,
- 4) released work was tested in practice, which resulted in the increasing of audience, traffic and conversions online.

The novelty of the results is in a complex integration of practices, aimed at achieving the objectives and web analytics all of the data received.

The thesis contains theoretical and practical parts.

The results of the thesis can be used for further research on the digital-marketing strategies to promote the development of IT-companies in Belarus for English-speaking markets. The results of the thesis were tested in practice in the company.

Validity and *reliability* of the results are due to the practical usage of the developed strategy.

The thesis was performed by the author *independently*.