**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра экономической информатики**

Стрельчёнок

ИЛЬЯ дМИТРИЕВИЧ

**Формирование маркетинговой стратегии развития и продвижения малого бизнеса на основе использования SMM-инструментов**

Дипломная работа

Научный руководитель:

кандидат экономических наук,

доцент Д.А. Марушко

Допущен к защите  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018 г.  
Зав. кафедрой экономической информатики,

кандидат экономических наук,

доцент Д.А. Марушко

Минск, 2018

Кафедра экономической информатики

Утверждаю

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (фамилия, инициалы)

Дата

**ЗАДАНИЕ НА ДИПЛОМНУЮ РАБОТУ**

Обучающемуся (студенту) Стрельчёнку Илье Дмитриевичу

1. Тема дипломной работы (дипломного проекта):

«Формирование маркетинговой стратегии развития и продвижения малого бизнеса на основе использования SMM-инструментов»

Утверждена приказом ректора БГУ от 21.12.2017 № 1804-ПС

2. Исходные данные к дипломной работе (дипломному проекту):

2.1. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0; Учебное пособие/ Александр Чумиков, Михаил Бочаров, Мария Тишкова. – М.: Изд-во Альпина Паблишерз, 2010.. – 131 с.,

2.2. Дамир Халилов Маркетинг в социальных сетях: Учебное пособие./Д. Халилов - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2016.. – 376 с.,

3. Перечень подлежащих разработке вопросов или краткое содержание расчетно-пояснительной записки:

а. Теоретические основы использования SMM-инструментов в маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса;

а.а. Понятие, сущность, роль и значение SMM-инструментов в реализации маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса;

а.б. Виды и особенности маркетинговых стратегий развития и продвижения предприятия малого бизнеса;

а.в. Основные подходы к оценке эффективности использования SMM-инструментов в реализации маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса

б. Анализ эффективности реализации маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса на основе использования SMM-инструментов (на примере кафе «Bubble Wubble»);

б.а. Разработка методических подходов к оценке эффективности реализации маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса на основе использования SMM-инструментов;

б.б. Сравнительная характеристика SMM-приложений, используемых для реализации маркетинговой стратегии развития и продвижения предприятия малого бизнеса;

б.в. Оценка эффективности реализации маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса на основе использования SMM-приложений и инструментов (на примере кафе «Bubble Wubble»).;

в.  Основные направления повышения эффективности использования SMM-инструментов в реализации маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса (на примере кафе «Bubble Wubble»);

в.а. Проблемы использования SMM-инструментов в реализации маркетинговой стратегии предприятия малого бизнеса;

в.б. Концептуальные подходы к формированию маркетинговой стратегии развития и продвижения предприятия малого бизнеса на основе использования SMM-инструментов;

4. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей и графиков): 16 рисунков, 6 таблицы.

5. Консультанты по дипломной работе с указанием относящихся к ним разделов:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Примерный календарный график выполнения дипломной работы:

05.02.2018-02.03.2018 – Написание I раздела;

10.03.2018-15.04.2018 – Написание II раздела;

16.04.2018-23.05.2018 – Написание III раздела.

7. Дата выдачи задания: 21.12.2017.

8. Срок сдачи законченной дипломной работы (дипломного проекта):

29.05.2018.

Руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (инициалы, фамилия)

Подпись обучающегося \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата

# **РЕФЕРАТ**

«Формирование маркетинговой стратегии развития и продвижения малого бизнеса на основе использования SMM-инструментов»

Дипломная работа: 59 с., 10 рис., 6 табл., 50 источник, 1 прил.

**Ключевые слова:** SMM, SMM-ИНСТРУМЕНТЫ, ТАРГЕТ, SMM-ПРИЛОЖЕНИЯ, ПОСТЫ, МЕТРИКИ, БЛОГ, ГРУППА, ВОВЛЕЧЁННОСТЬ

**Цель исследования:** разработка предложения по формированию маркетинговой стратегии развития и продвижения предприятия малого бизнеса на основе использования SMM-инструментов**.**

**Объект исследования:** маркетинговая стратегия и продвижение предприятия малого бизнеса.

**Методы исследования:** методы анализа, методы статистического и графического анализа, метод расчёта эффективности.

**Полученные результаты и их новизна:** предложена стратегия развития и продвижения формирования маркетинговой стратегии для предприятия малого бизнеса.

**Область возможного практического применения:** возможность использования маркетинговой стратегии в продвижении предприятия малого бизнеса.

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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на авторов.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**РЭФЕРАТ**

« Фарміраванне маркетынгавай стратэгіі развіцця і пашырэння малога бізнэсу на аснове выкарыстання SMM-інструментаў»

Дыпломная праца: 60 с., 10 мал., 6 табл., 50 крын., 1 прык.

**Ключавыя словы:** SMM, SMM-ІНСТРУМЕНТЫ, таргет, SMM-ДАДАТКІ, пост, метрыкі, БЛОГ, ГРУПА, захопленнасць

**Мэта даследавання**: распрацоўка прапановы па фарміраванні маркетынгавай стратэгіі развіцця і пашырэння прадпрыемствы малога бізнесу на аснове выкарыстання SMM-інструментаў.

**Аб'ект даследавання**: маркетынгавая стратэгія і прасоўванне прадпрыемствы малога бізнесу.

**Метады даследавання**: метады аналізу, метады статыстычнага і графічнага аналізу, метад разліку эфектыўнасці.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна**: прапанаваная стратэгія развіцця і прасоўвання фарміравання маркетынгавай стратэгіі для прадпрыемства малога бізнесу.

**Вобласцьмагчымага практычнага прымянення**: магчымасць выкарыстання маркетынгавай стратэгіі ў прасоўванні прадпрыемствы малога бізнесу.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ANNOTATION**

«Formation of a marketing strategy for the development and promotion of small businesses using SMM tools»

Thesis: 60 p., 10 Fig., 6 Tab., 50 Sources, 1 appl.

**Keywords:** SMM, SMM-TOOLS, TARGET, SMM-APPLICATIONS, POSTS, METRICS, BLOG, GROUP, INVOLVEMENT

**Objective of the research:** development of a proposal for the formation of a marketing strategy for the development and promotion of a small business based on the use of SMM tools.

**Object of research:** marketing strategy and promotion of a small business enterprise.

**Methods:** methods of analysis, methods of statistical and graphical analysis, method of calculating efficiency.

**The results obtained and their novelty**: the strategy of development and advancement of formation of marketing strategy for the enterprise of small business is offered.

**Realm of the possible practical applications**: the possibility of using a marketing strategy in promoting a small business.

Copyright work confirms that resulted in it cash-analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological terms and concepts are accompanied by references to their authors.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_