

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

ГРУЗД  
Артём Владиславович

**МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В КОМПЬЮТЕРНЫХ**  
**ИГРАХ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
доцент Е.В. Хотина

Допущен к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга  
кандидат экономических наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 84 страницы, 10 рисунков, 21 таблиц, 48 использованных источников, 1 приложение

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ, АНАЛИЗ

**Цель исследования:** разработка системы интегрированных маркетинговых коммуникаций для ООО «Мастерская перевоплощений», а также предоставление рекомендаций по совершенствованию функции продвижения на предприятии.

**Объект исследования:** маркетинговые коммуникации.

**Предмет исследования:** маркетинговые коммуникации в ООО «Мастерская перевоплощений».

**Методы исследования:** наблюдение, анализ, индукция, дедукция, метод восхождения от абстрактного к конкретному и т.д.

**Исследования и разработки:** на основе изучения теоретических вопросов исследования маркетинга, определены его особенности и эффективность от использования маркетинговых коммуникаций в сети интернет на предприятии, предложены рекомендации по совершенствованию сбора информации и последующего анализа.

**Элементы научной новизны:** в дипломной работе рассмотрены теоретические основы маркетинговых коммуникаций. Проведен анализ маркетинговых коммуникаций в ООО «Мастерская перевоплощений». Разработаны мероприятия повышения эффективности маркетинговых коммуникаций в ООО «Мастерская перевоплощений».

**Область возможного практического применения:** практический маркетинг ООО «Мастерская перевоплощений».

**Технико-экономическая, социальная значимость:** внедрение современных программных инструментов для проведения маркетинговых коммуникаций позволит оптимизировать их эффективность и сократить трудозатраты.

Дипломная работа является самостоятельно выполненным исследованием. Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетноаналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 84 старонкі, 10 малюнкаў, 21 табліца, 48 выкарыстаных крыніц, 1 дадатак

МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, КОМПЬЮТЕРНЫЕ ГУЛЬНІ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, МАРКЕТЫНГ, ІНТЭРНЭТ, АНАЛІЗ

**Мэта даследавання:** камунікацый для ТАА «Майстэрня пераўвасабленняў», а таксама прадастаўленне рэкамендацый па ўдасканаленні функцыі прасоўвання на прадпрыемстве.

**Аб'ект даследавання:** маркетынжавыя камунікацыі.

**Прадмет даследавання:** маркетынжавыя камунікацыі ў ТАА «Майстэрня пераўвасабленняў».

**Метады даследавання:** назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя, метады узыходжання ад абстрактнага да канкрэтнага і г.д.

**Даследаванні і распрацоўкі:** на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання маркетынгу, вызначаны яго асаблівасці і эфектыўнасць ад выкарыстання маркетынжавых камунікацый ў сетцы Інтэрнэт на прадпрыемстве, прапанаваныя рэкамендацыі па ўдасканаленні збору інфармацыі і наступнага аналізу.

**Элементы навуковай навізны:** у дыпломнай рабоце разгледжаны тэарэтычныя асновы маркетынжавых камунікацый. Праведзены аналіз маркетынжавых камунікацый ў ТАА «Майстэрня пераўвасабленняў». Распрацаваны мерапрыемствы павышэння эфектыўнасці маркетынжавых камунікацый ў ТАА «Майстэрня пераўвасабленняў».

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** практычны маркетынг ТАА «Майстэрня пераўвасабленняў».

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** ўкараненне сучасных праграмных інструментаў для правядзення маркетынжавых камунікацый дазволіць аптымізаваць іх эфектыўнасць і скараціць працавыдаткі.

Дыпломная работа з'яўляецца самастойна выкананым даследаваннем. Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разліковааналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## ESSAY

Thesis: 84 pages, 10 figures, 21 tables, 48 sources, 1 applications

### MARKETING COMMUNICATIONS, COMPUTER GAMES, MARKETING RESEARCH, MARKETING, INTERNET, ANALYSIS

**The purpose of the study:** development of an integrated marketing communications system for LLC “Masterskaja perevoploschenij”, as well as providing recommendations for improving the promotion function in the enterprise.

**Object of study:** marketing communications.

**Subject of research:** marketing communications in LLC “Masterskaja perevoploschenij”.

**Research methods:** observation, analysis, induction, deduction, the method of ascent from the abstract to the concrete, etc.

**Research and development:** on the basis of studying the theoretical issues of marketing research, its features and effectiveness from the use of marketing communications on the Internet at the enterprise have been determined, recommendations have been made for improving the collection of information and subsequent analysis.

**Elements of scientific novelty:** in the thesis work discussed the theoretical foundations of marketing communications. The analysis of marketing communications in LLC “Masterskaja perevoploschenij”. Developed measures to improve the effectiveness of marketing communications in LLC “Masterskaja perevoploschenij”.

The area of possible practical application: practical marketing LLC “Masterskaja perevoploschenij”.

Technical, economic, social significance: the introduction of modern software tools for marketing communications will optimize their effectiveness and reduce labor costs.

The thesis is independently performed research. The author confirms that the analytical material presented in it objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.