

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

**Кафедра маркетинга**

**БОРТНИК**  
Антон Александрович

**ВЕБ-САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПУТИ  
ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

Дипломная работа

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

Допущен к защите  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

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

Минск, 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	6
<b>ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ ВЕБ-САЙТА КАК ИНСТРУМЕНТА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА</b> .....	8
1.1 Сущность и основные инструменты интернет-маркетинга.....	8
1.2 Понятие, концепция и структура веб-сайта.....	16
1.3 Оценка результативности веб-сайта как инструмента интернет-маркетинга.....	20
1.4 Нормативно-правовое регулирование создания и поддержания веб-сайтов в Республике Беларусь.....	24
<b>ГЛАВА 2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВЕБ-САЙТА КАК ИНСТРУМЕНТА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ООО «ГеймРум Квесты»</b> .....	33
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия.....	33
2.2 Анализ и оценка результатов использования основных инструментов интернет-маркетинга.....	47
2.3 Анализ результативности функционирования веб-сайта предприятия ООО «ГеймРум Квесты».....	55
<b>ГЛАВА 3 ВЕБ-САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ</b> .....	64
3.1 Факторы повышения результативности использования веб-сайта.....	64
3.2 Предложения по внедрению окна обратной связи на сайте ООО «ГеймРум Квесты».....	76
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	85
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ</b> .....	88
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А Бухгалтерский баланс</b> .....	92
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Б Отчет о прибылях и убытках за 2016-2017 гг.</b> .....	97
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ В Отчет о прибылях и убытках за 2018-2019 гг.</b> .....	99

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 78 с., 14 рис., 12 табл., 45 источников.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ВЕБ-САЙТ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, Е-МАИЛ, РЕКЛАМА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, КОНЦЕПЦИЯ ВЕБ-САЙТА.

**Цель исследования:** провести комплексное исследование эффективности использования веб-сайта как инструмента маркетинга на примере ООО «ГеймРум Квесты» и определить направления повышения его результативности.

**Предмет исследования:** веб-сайт как инструмент интернет-маркетинга и его эффективность.

**Объект исследования:** интернет-маркетинг.

**Методы исследования:** исследовательские подходы (содержательный, логико-исторический и обобщенный), общетеоретические методы (индукция и дедукция, теоретический анализ и синтез, абстрагирование и конкретизация), методы обработки и систематизации (анализ, группировка), методы сбора информации (наблюдение, сравнение, анализ статистической информации).

**Исследования и разработки:** в результате исследования предложены пути повышения результативности использования веб-сайта ООО «ГеймРум Квесты». Данные рекомендации могут быть использованы предприятием.

**Элементы научной новизны:** разработано окно обратной связи, предложение по продвижению в Инстаграме.

**Область возможного практического применения:** веб-сайт ООО «ГеймРум Квесты»

**Технико-экономическая, социальная значимость:** основные выводы и положения могут быть использованы на практике белорусскими промышленными компаниями для интернет-продвижения своей продукции.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический 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: 78 с., 14 мал., 12 табл., 45 дадаткаў.

ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, ВЭБ-САЙТ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, Е-МАІЛ, РЭКЛАМА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГУ, ІНСТРУМЕНТЫ ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГУ, КАНЦЭПЦЫЯ ВЭБ-САЙТА.

**Мэта даследавання:** правесці комплекснае даследаванне эфектыўнасці выкарыстання вэб-сайта як інструмента маркетынгу на прыкладзе ТАА «ГеймРум Квэсты» і вызначыць напрамкі павышэння яго выніковасці.

**Прадмет даследавання:** вэб-сайт як інструмент інтэрнэт-маркетынгу і яго эфектыўнасць.

**Аб'ект даследавання:** інтэрнэт-маркетынг.

**Метады даследавання:** даследчыя падыходы (гаспадарны, логіка-гістарычны і абагульнены), тэарэтычныя метады (індукцыя і дэдукцыя, тэарэтычны аналіз і сінтэз, абстрагаванне і канкрэтызацыя), метады апрацоўкі і сістэматызацыі (аналіз, групіроўка), метады збору інфармацыі (назіранне, параўнанне, аналіз статыстычнай інфармацыі).

**Даследаванні і распрацоўкі:** у выніку даследавання прапанаваны шляхі павышэння выніковасці выкарыстання вэб-сайта ТАА «ГеймРум Квэсты». Дадзеныя рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны прадпрыемствам.

**Элементы навуковай навізны:** распрацавана акно зваротнай сувязі, прапанова па прасоўванні ў Інстаграме.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** вэб-сайт ТАА «ГеймРум Квэсты»

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** асноўныя вывады і палажэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы беларускімі прамысловымі прадпрыемствамі для інтэрнэт-просоўвання сваёй прадукцыі.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны 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.

## ABSTRACT

Diploma work 78 p., 14 fig., 12 tables, 45 sources.

INTERNET-MARKETING, WEBSITE, INTERNET ADVERTISING, E-MAIL, RECLAMA, EFFICIENCY OF MARKETING ACTIVITY, COMPLEX MARKETING, INTERNET MARKETING TOOLS, WEBSITE CONCEPT.

**The purpose of the research:** conduct a complex research of efficiency of use of the website as instrument of marketing on the example of GameRoom Quests LLC and to define the directions of increase in its effectiveness.

**The subject:** website as an internet marketing tool and its effectiveness.

**The object:** internet marketing.

**Research methods:** research approaches (meaningful, logical-historical and generalized), general theoretical methods (induction and deduction, theoretical analysis and synthesis, abstraction and concretization), processing and systematization methods (analysis, grouping), methods of collection information (observation, comparison, analysis of statistical information).

**Research and development:** as a result of a research ways of increase in effectiveness of use of the website of GameRoom Quests LLC are offered. These recommendations can be used by the company.

**Elements of scientific novelty:** a feedback window was developed, the offer on advance in Instagram.

**The scope of possible practical application:** website of GameRoom Quests LLC

**Technical, economic, social significance:** the main conclusions and statements can be used in practice by Belarusian industrial companies for online promotion of their products.

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.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адамадзиев, К. Р. Сетевая экономика : учеб. пособие / К. Р. Адамадзиев. – Махачкала : Издательско-полиграфический центр ДГУ, 2016. – 150 с.
2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – М. : Дашков и К, 2016. – 352 с.
3. Алексеев, И. В. Теоретико-методологические аспекты исследования категории «Интернет-маркетинг» / И. В. Алексеев // Транспортное дело России. – 2014. – № 3. – С. 14–18.
4. Алексунин, В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете : учеб. пособие / Алексунин В. А., Родигина В. В. – М. : Дашков и К, 2015. – 548 с.
5. Атамалиева, Л. А. Система маркетинговых коммуникаций : учебное пособие для вузов / Л. А. Атамалиева, Г. А. Веденин. – Витебск : ВГТУ, 2016. – 166 с.
6. Баззел, Р. Информация и риск в маркетинге / Р. Баззел. пер. с англ. – М. : Финстатинформ, 2017. – 648 с.
7. Байков, В. Интернет. Поиск информации и продвижение сайтов / В. Байков. – М. : БХВ-Петербург, 2017. – 288 с.
8. Баранов, А. Д. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг : Настольная книга маркетолога. Взгляд практика / А. Баранов. – М. : ИЦ РИОР, 2017. – 85 с.
9. Барановский, С. Н. Стратегический маркетинг : учебное пособие для студентов вузов по спец. «Маркетинг» / С. Н. Барановский, Л. В. Лагодич. – Минск : ИВЦ Минфина, 2015. – 298 с.
10. Большакова, Л. В. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг. Учебно-методическое пособие / Л. В. Большакова. – М. : Финансы и статистика, 2017. – 160 с.
11. Будько, Д. В. Интернет-маркетинг и оценка эффективности веб-сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/27122/Internet-marketing\\_i\\_ocenka\\_ehffektivnosti\\_web-sajta.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/27122/Internet-marketing_i_ocenka_ehffektivnosti_web-sajta.pdf?sequence=1&isAllowed=y). – Дата доступа: 01.04.2019.
12. Васильев, Г. А. Рекламный маркетинг : Учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М. : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 276 с.
13. Векшинский, А. А. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия / А. А. Векшинский // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2017. – № 2. – С. 103.

14. Голенда, Л. К. Электронный бизнес : пособие : для студентов экономических специальностей / Л. К. Голенда, М. А. Акинфина. – Минск : БГЭУ, 2015. – 112 с.
15. Государственная Программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы, утверждена Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 23.03.2016 № 235 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
16. Гундарин, М. В. Книга руководителя отдела PR : практ. рекомендации / М. В. Гундарин. – СПб. : Питер, 2016. – 365 с.
17. Гуров, Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф. Гуров. – М. : Вершина, 2016. – 152 с.
18. Данько, Т. П. Управление Интернет-маркетингом : учеб. пособие / Т. П. Данько. – М. : Инфра-М, 2018. – 565 с.
19. О рекламе. Закон Республики Беларусь принят Палатой представителей 2 апреля 2007 г // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
20. О средствах массовой информации. Закон Республики Беларусь от 17.07.2008 г. № 427-з // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
21. Об информации, информатизации и защите информации. Закон Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-3 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
22. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 № 128-3 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
23. Зиссер, Ю. А. Маркетинг ON-Line : как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Ю. А. Зиссер. – Минск : Издательство Гревцова, 2017. – 304 с.
24. Имери, В. Как сделать бизнес в Internet / В. Имери. – К. : Комиздат, 2016. – 198 с.
25. Калужский, М. Л. Трансформация маркетинга в электронной коммерции / М. Л. Калужский // Практический маркетинг. – 2017. – № 1 (191) – С. 41.
26. Каталано, Ф., Смит, Б. Интернет-маркетинг / Ф. Каталано, Б. Смит. – М. : Диалектика, 2015. – 295 с.
27. Китаева, Е. О. Интернет-маркетинг – инструмент бизнес-пространства Интернета / Е. О. Китаева // Вестник МГУП. – 2017. – № 2. – С. 66.

28. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебник для студентов / О. А. Кобелев. – М. : Дашков и К, 2017. – 682 с.
29. Кошелев, А. Н. PR-проектирование. От идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. – М. : Дашков и Ко, Анлейс, 2015. – 304 с.
30. Об административной ответственности. Кодекс Республики Беларусь // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
31. Лавдэй, Л. Проектирование прибыльных веб-сайтов / Л. Лавдэй. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 248 с.
32. Мельникова, Н. А. Медиапланирование : стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. – М. : Дашков и К, 2017. – 177 с.
33. МАРТ разъясняет: как рекламировать товары (работы, услуги) в 2018 году и не нарушить законодательство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/mart-razyasnyayet-kak-reklamirovat-tovary>. – Дата доступа: 01.04.2019.
34. Национальная программа ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
35. Официальный сайт ООО «ГеймРум Квесты» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gameroom.by/>. – Дата доступа: 10.04.2019.
36. О мерах по реализации постановления Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2014 г. № 1227. Постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 24.12.2014 № 41 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
37. Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.01.2009 № 31 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
38. Пэтл, К., Маккартни М. П. Секреты успеха в электронном бизнесе / К. Пэтл, М. П. Маккартни. – СПб. : Питер, 2015. – 350 с.
39. Смирнов, А. Г. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. – СПб. : ИГ Весь, 2015. – 176 с.
40. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б. А. Соловьев. – М. : Инфра-М, 2009. – 354 с.
41. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016-2022 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nmo.basnet.by/concept/strategia2022.php>. – Дата доступа: 31.03.2019.
42. О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет. Указ Президента Республики Беларусь от 01.02.2010



№ 60 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.

43. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг, Учебник / И. В. Успенский. – СПб. : СПГУЭиФ, 2015. – 370 с.

44. Холмогоров, В. Интернет-маркетинг. Краткий курс / В. Холмогоров. – СПб. : Питер, 2016. – 280 с.

45. Эш, Т. Повышение эффективности интернет-рекламы. Оптимизация целевых страниц для улучшения конверсии / Т. Эш. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 408 с.