

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

**Кафедра маркетинга**

**ГРИЦУК**  
Ярослав Викторович

**ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В  
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
С. П. Мармашова

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

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

Минск, 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>                                                                                                           | <b>6</b>  |
| <b>ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ<br/>МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....</b>                         | <b>8</b>  |
| 1.1 Экономическое содержание, задачи и функции маркетинга в социальных<br>сетях.....                                           | 8         |
| 1.2 Инструменты маркетинга в социальных медиа .....                                                                            | 12        |
| 1.3 Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности<br>организации в социальных сетях.....                              | 20        |
| 1.4 Нормативные акты, регулирование интернет-маркетинга в Республике<br>Беларусь.....                                          | 24        |
| <b>ГЛАВА 2 АНАЛИЗ И ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ<br/>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ГИФТЕР» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....</b>                        | <b>34</b> |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Гифтер» .....                                                             | 34        |
| 2.2 Анализ маркетинговой деятельности ООО «Гифтер» .....                                                                       | 42        |
| 2.3 Использование социальных медиа и оценка эффективности<br>маркетинговой деятельности организации в социальных сетях.....    | 53        |
| <b>ГЛАВА 3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ<br/>МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ГИФТЕР» В<br/>СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ .....</b> | <b>59</b> |
| 3.1 Предложение по продвижению ООО «Гифтер» в социальных<br>сетях.....                                                         | 59        |
| 3.2 Прогнозируемые экономические результаты от предложенных<br>мероприятий.....                                                | 64        |
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>                                                                                                        | <b>68</b> |
| <b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....</b>                                                                                  | <b>71</b> |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ А Медиаплан на месяц для ООО «Гифтер» .....</b>                                                                  | <b>76</b> |

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 71 с., 21 рис., 17 табл., 67 источника, 1 прил.

**Ключевые слова:** СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, МАРКЕТИНГ, SMM, SMO, ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА, КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ.

**Цель исследования:** разработка предложений по совершенствованию организации маркетинговой деятельности ООО «Гифтер» в социальных сетях.

**Объект исследования** – маркетинг в социальных сетях.

**Предмет исследования** – организация маркетинговой деятельности в социальных сетях ООО «Гифтер».

**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 способы продвижения ООО «Гифтер» в социальных сетях.

**Область возможного практического применения:** маркетинг в социальных сетях ООО «Гифтер»

**Технико-экономическая, социальная значимость:** данные исследования могут быть использованы компаниями осуществляющими деятельность в Республике Беларусь и выходящими на внешний рынок.

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: 71 с., 21 мал., 17 табл., 67 крыніц, 1 дадаткаў

**Ключавыя словы:** САЦЫЯЛЬНЫЕ СЕТКИ, МАРКЕТЫНГ, SMM, SMO, ТАРГЫТОВАЯ РЭКЛАМА, КАНТЭНТ-МАРКЕТЫНГ.

**Мэта даследавання:** адзнака выніковасці і ўдасканалення прыменення-мых інструментаў прасоўвання ў сацыяльных сетках згодна сістэме прасоўвання ТАА «Гіфтер».

**Прадмет даследавання** – маркетынг у сацыяльнай сетке.

**Аб'ект даследавання** – ТАА «Гіфтер».

**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 прапанаваныя спосабы прасоўвання ТАА «Гіфтер» у сацыяльных сетках.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** маркетынг ў сацыяльных сетках для ТАА «Гіфтер».

**Тэхніка–эканамічная, сацыяльная значнасць:** дадзеныя даследавання могуць быць выкарыстаны кампаніямі Рэспублікі Беларусь, а таксама якія выходзяць на рынак Лондана.

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 71 p., 21 fig., 17 tables, 67 sources, 1 app.

**Key words:** SOCIAL NETWORKS, MARKETING, SMM, SMO, TARGETING ADVERTISING, CONTENT-MARKETING..

**The purpose of the research:** assessment of effectiveness and improvement of primenenyayemy instruments of promotion on social networks according to the system of promotion of Gifter LLC.

**The subject** – social media marketing.

**The object** – of the research is Gifter LLC.

**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:** result of the research, directions for improving the tools of social media marketing Gifter LLC were proposed. These recommendations can be used by the company.

**The scope of possible practical application:** marketing in social media for Gifter LLC

**Technical, economic, social significance:** these researches can be used by the companies of Republic of Belarus and entering the market of London.

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. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебное пособие / И. Л. Акулич. – 7-е изд., перераб. и доп. – Минск : Выш. шк., 2010. – 525 с.
2. Байтасов, Р. Р. Основы рекламы и PR / Р. Р. Байтасов. – Изд. : Лигатент Ридеро, 2017. – 190 с.
3. «ВКонтакте» для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/ads/>. – Дата доступа: 08.04.2019.
4. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика : учебник / Е. П. Голубков. – Москва : Дело и сервис, 2008. – 496 с.
5. Данченко, Л. А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации. Учебное пособие для бакалавров и специалистов / Л. А. Данченко. – СПб. : Питер, 2013. – 288 с.
6. Информационное агентство «РБК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5a572ee39a7947463987d219>. – Дата доступа: 12.03.2019.
7. Информационное агентство «РБК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5b2aa6c49a7947e32da2ea8b>. – Дата доступа: 17.03.2019.
8. Информационный портал Holiday.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.holiday.by/agencies/touratelie>. – Дата доступа: 18.03.2019.
9. Калужский, М. Л. Практический маркетинг : учебное пособие / М. Л. Калужский. – 3-е изд., перераб. и доп. – Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 185 с.
10. Ключевая статистика социальных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/novosti-rynka/vkontakte-sobrala-klyuchevuyu-statistiku-po-sotssetyam-v-belarusi>. – Дата доступа: 12.03.2019.
11. Кондратенко, Н. М. Маркетинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. М. Кондратенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2015. – 408 с.
12. Корпоративный сайт компании ООО «Тур Ателье» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [t-a.by](http://t-a.by). – Дата доступа: 10.02.2019.
13. Корпоративная страница компании ООО «Тур Ателье» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/club59632774> – Дата доступа: 10.02.2019.
14. Корпоративная страница компании ООО «Тур Ателье» в социальной сети «Instagram» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/touratelie> – Дата доступа: 10.11.2019.
15. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – Москва : Вильямс, 2014. – 752 с.

16. Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с фр. СПб. : Наука, 2009. – 800 с.
17. Малин, Р. Стимулирование продаж. Распродажи, подарки, скидки, купоны и другие инструменты повышения спроса / Р. Малин, Дж. Камминс. – СПб. : Питер, 2011. – 245 с.
18. Маркетинг : учебник / В. В. Герасименко [и др.]. – 3-е изд., перераб и доп. – Москва : Проспект, 2016. – 512 с.
19. Международная социальная сеть «Myspace» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myspace.com/redbull>. – Дата доступа: 05.04.2019.
20. Методы стимулирования продаж в торговле : Учебник / Иванов, Г. Г. [и др.]. – Москва : ИД ФОРУМ : НИЦ Инфра-М, 2013. – 304 с.
21. Миннивалеев, Ф. М. Интернет-маркетинг как современное средство коммуникации / Ф. М. Миннивалеев // Актуальные проблемы экономики и права : Москва, 2011. – № 3. – С. 112-115.
22. Мусихина, Т. В. Практические инструменты интернет-маркетинга / Т. В. Мусихина. – Litres, 2017. – 140 с.
23. Об утверждении Правил осуществления розничной торговли по образцам: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/files/live/sites/mart/files/documents/Постановление%20Совмина%20от%2015.01.2009%20№31.pdf>. – Дата доступа: 11.01.2019.
24. О внесении изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь по вопросам рекламы 3 января 2013 г. № 15-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.pravo.by/upload/docs/op/H11300015\\_1357678.pdf](http://www.pravo.by/upload/docs/op/H11300015_1357678.pdf). – Дата доступа: 11.01.2019.
25. О мерах по обеспечению соблюдения законодательства по защите прав потребителей при осуществлении Интернет-торговли: Рекомендации Министерства торговли Республики Беларусь от 22 июня 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=U01402377>. – Дата доступа: 12.01.2019.
26. О рекламе: Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10700225>. – Дата доступа: 11.01.2019.
27. О средствах массовой информации: Закон Республики Беларусь, 17 июля 2008г, № 427-3 с изм. и доп. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10800427>. – Дата доступа: 11.01.2019.
28. Отчет международного союза электросвязи «Измерение информационного общества» за 2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itu.int/en/mediacentre/Pages/2018-PR40.aspx>. – Дата доступа: 15.03.2019.

29. О форматах рекламы в «Instagram» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru-ru.facebook.com/business/help/877053729032543>. – Дата доступа: 09.04.2019.
30. Попов, Е. В. Продвижение товаров и услуг : учеб. пособ. для вузов / Е. В. Попов. – Москва : Финансы и статистика, 2009. – 319 с.
31. Реклама в «Instagram» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://business.instagram.com/advertising?locale=ru\\_RU](https://business.instagram.com/advertising?locale=ru_RU). – Дата доступа: 09.04.2019.
32. Романов, А. А. Маркетинг : Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 440 с.
33. Ромат, Е. Маркетинговые коммуникации : Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е. Ромат. – СПб. : Питер, 2018. – 496 с.
34. Сайт компании «Olin» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.olin.com/>. – Дата доступа: 08.01.2019.
35. Сайт компании «Tefal» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tefal.ru/about-tefal/our-commercial>. – Дата доступа: 08.01.2019.
36. Слугина, Ю. Н. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях : проблемы и перспективы / Ю. Н. Слугина // Вестник финансового университета. – 2015. – № 2. – С. 130-134.
37. Создание таргетированной рекламы «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/ads/targeting>. – Дата доступа: 02.05.2019.
38. Создание рекламы в «Instagram» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru-ru.facebook.com/business/help/1513393428972189>. – Дата доступа: 01.05.2019.
39. Социальные сети в Республике Беларусь: статистика по белорусскому сегменту социальных сетей в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://targeting.by>. – Дата доступа: 12.02.2019.
40. Статистические данные аккаунта ООО «Тур Ателье» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/stats?club59632774>. – Дата доступа: 19.03.2019.
41. Статистические данные аккаунта ООО «Тур Ателье» в социальной сети «Instagram» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/stat?touratelie>. – Дата доступа: 19.03.2019.
42. Структура управления ООО «Тур Ателье» на 2018 год [Утв. 20.11.2018]. – Минск, 2018. – 2 с.
43. Субботенко, А. И. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях / А. И. Субботенко, К. Ю. Курьянович // Менеджмент и маркетинг : опыт и проблемы : сборник научных трудов / [под общ. ред. И. Л. Акулича] ; Белорус.



гос. экон. ун-т, Дортмундская высш. шк., Ун-т Ганновера [и др.]. – Минск : Мэджик, 2013. – С. 297-301.

44. Трофименко, Е. Ю., Использование социальных сетей в коммуникационной политике организации / Е. Ю. Трофименко, Е. В. Чернышова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия : Экономика и менеджмент : Москва, 2013. – № 3. – С. 133-137.

45. Уэллс, У. Реклама. Принципы и практика : [пер. с англ.] / У. Уэллс, С. Мориарти, Дж. Бернетт. – 7-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 733 с.

46. Шальнова, О. А. Стимулирование продаж : принципы, методы, оценка : Учебное пособие / О. А. Шальнова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 108 с.

47. Data never sleeps 6.0 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.domo.com/learn/data-never-sleeps-6>. – Дата доступа: 07.02.2019.

48. Engagement rate [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://popsters.com/blog/post/55> – Дата доступа: 07.04.2019.

49. Marketing media review [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://mmr.ua/show/infografika\\_skolyko\\_vremeni\\_my\\_provodim\\_v\\_sotssetyah#345938355.1521376757](http://mmr.ua/show/infografika_skolyko_vremeni_my_provodim_v_sotssetyah#345938355.1521376757). – Дата доступа: 08.02.2019.

50. Q4 Global Digital Statshot report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wearesocial.com/blog/2018/10/the-state-of-the-internet-in-q4-2018>. – Дата доступа: 07.02.2019.

51. Годовой отчет ООО «Гифтер». – Минск : ООО «Гифтер», 2018. – 15 с.

52. Наука и инновации [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – 2018. – Режим доступа : 23.05.2019.

53. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд. – Минск : Вышэйшая школа, 2018. – 543 с.

54. Векшинский, А. А., Тывин, Л. Ф. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия / А. А. Векшинский, Л. Ф. Тывин // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2017. – №2. – С. 103.

55. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10700225>. – Дата доступа: 15.05.2019.

56. Отчета о прибылях и убытках ООО «Гифтер» за 2016 г. – Минск : ООО «Гифтер», 2017. – 12 с.

57. Отчета о прибылях и убытках ООО «Гифтер» за 2017 г. – Минск : ООО «Гифтер», 2018. – 12 с.

58. Отчета о прибылях и убытках ООО «Гифтер» за 2018 г. – Минск : ООО «Гифтер», 2019. – 12 с.
59. Брэндбук ООО «Гифтер». – Минск : ООО «Гифтер», 2014. – 25 с.
60. Официальный сайт ООО «Донарит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.donarit.com>. – Дата доступа : 08.05.2019.
61. Официальный сайт типографии «Акварель Принт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aquarell.by>. – Дата доступа : 08.05.2019.
62. Официальный сайт типографии «Поликraft» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://polycraft.by>. – Дата доступа: 08.05.2019.
63. «Semrush» аналитика маркетинговых компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.semrush.com/by/info/https://aquarell.by?polycraft.by?www.donarit.com?giftermsq.com>. – Дата доступа: 08.05.2019.
64. «Publer» аналитика маркетинговых кампаний в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://publer.pro/my/target>. – Дата доступа: 08.05.2019.
65. «SimilarWeb» аналитика сайта компаний-конкурентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://pro.similarweb.com/#/website/worldwide-overview/cascadelondon.co.uk,donarit.com,polycraft.by,aquarell.by/\\*/999/3m?webSource=Total](https://pro.similarweb.com/#/website/worldwide-overview/cascadelondon.co.uk,donarit.com,polycraft.by,aquarell.by/*/999/3m?webSource=Total). – Дата доступа: 08.05.2019.
66. «Popster» аналитика инстаграмма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://popsters.ru/app/dashboard>. – Дата доступа: 08.05.2019.
67. «Spark» информационный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://spark.ru/startup/templaterobot/blog/38187/7-preimuschestv-ispolzovaniya-chat-botov-dlya-dostizheniya-biznes-tselej>. – Дата доступа: 08.05.2019.
68. «Мебель Минск» Интернет-магазин продажи офисной мебели [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mebelminsk.by/categories/ofisnaya-mebel>. – Дата доступа: 08.05.2019.