

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»
КАФЕДРА ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ**

**Аннотация к дипломной работе
МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА B2B В ИТ КОМПАНИИ ЕРАМ**

Мандава Марсия Максимовна

Руководитель
Смалюк Антон Федорович,
кандидат физико-математических наук, доцент

Минск, 2020

Дипломная работа: 62 с., 43 рис., 8 табл., 25 источников.

Ключевые слова: КОМПАНИЯ AVEST, "Эконом-Эксперт", РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ESPUTNIK, БАЗА

Объект исследования – бизнес-процессы маркетинговой деятельности компании минской ИТ компании "Avest".

Предмет исследования – инструменты интернет-маркетинга по привлечению клиентов.

Цель дипломной работы – совершенствование бизнес-процессов маркетинговой деятельности компании "Avest" для привлечения клиентов ИТ – компании.

Методы исследования: сбор фактов, методы анализа и синтеза, группировки и выборка, сравнения и другие экономико-статистические методы.

Практическая значимость результатов исследования:

- Построены новые модели to be бизнес-процессов маркетинговой деятельности: "Е-mail – рассылка", "Реклама в Яндекс. Директ" и "Построение партнерской сети".
- Была разработана система показателей БП маркетинговой деятельности компании "Avest".
- Проведен анализ показателей бизнес-процессов для моделей as is и to be, который продемонстрировал рост конверсии продаж.
- Было предложено внести изменения в организационную структуру компании – включение в структуру отдела маркетинга.
- Рассчитан экономический эффект от включения в структуру отдела маркетинга.
- Были выбраны и настроены инструменты маркетинговой деятельности бизнес-процессов компании "Avest" с целью привлечения клиентов ИТ – компании

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса.

Дыпломная работа 62 с., 43 рис., 8 табл., 25 крыніц

Ключавыя словы: КАМПАНІЯ AVEST, “ЭКАНОМ ЭКСПЕРТ”, РЭКЛЯМА, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, БІЗНЕС-ПРАЦЭСЫ, Эфектыўнасць, ESPUTNIK.

Аб'ект даследавання - бізнес-працэсы маркетынгавай дзейнасці кампаніі мінскай ІТ кампаніі "Avest".

Прадмет даследавання - інструменты інтэрнэт-маркетынгу па прыцягненню кліентаў.

Мэта дыпломнай працы - удасканаленне бізнес-працэсаў маркетынгавай дзейнасці кампаніі "Avest" для прыцягнення кліентаў ІТ - кампаніі.

Метады даследавання: збор фактаў, метады аналізу і сінтэзу, групоўкі і выбарка, параўнанні і іншыя эканоміка-статыстычныя метады.

Практычная значнасць вынікаў даследавання:

- Пабудаваны новыя мадэлі to be бізнес-працэсаў маркетынгавай дзейнасці: "E-mail - рассылка", "Рэклама ў Яндэкс. Дырэкт" і "Пабудова партнёрскай сеткі".
- Была распрацавана сістэма паказчыкаў БП маркетынгавай дзейнасці кампаніі "Avest".
- Праведзены аналіз паказчыкаў бізнес-працэсаў для мадэляў as is і to be, который продемонстрировал Рост конверсии продаж.
- Было прапанавана ўнесці змены ў арганізацыйную структуру кампаніі - включение ў структуру отдела маркетинга.
- Разлічыць эканамічны эфект ад уключэння ў структуру аддзела маркетынгу.
- Былі выбраны і настроены інструменты маркетынгавай дзейнасці бізнес-працэсаў кампаніі "Avest" з мэтай прыцягнення кліентаў ІТ – кампаніі

Аўтар працы пацвярджае, что приведенный ў ней разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу.

Thesis: 62 pages, 43 figures, 8 charts, 25 resources.

“Avest” company, “Economy-Expert”, Advertisement, Internet Marketing, Business Processes, Efficiency, ESPUTNIK.

Subject of Thesis: business processes of marketing activity on example of Minsk IT company “Avest”; internet marketing tools as a strategy for consumers’ attraction.

Purpose of Thesis: improvement of business processes of marketing activity for acquiring consumers to “Avest” company.

Methods of research: fact-finding; methods of analysis and synthesis; grouping, sampling, review and other economical and statistical methods.

Practical significance of Thesis:

- Building new models “to be” of business processes of the marketing activities: “E-mail distribution”, “Advertising in Yandex. Direct”, “Partnership network”.
- Developing system of indicators BP of the company’s marketing activities.
- Analysis of indicators of the business processes for models “as”, “is”, “to be” which demonstrated increase of sales production.
- Amendment the organizational structure of the company through the integration into the marketing department.
- Customizing company’s tools of marketing activity of business processes in order to attract consumers.

The author of the research confirms that analytical material accurately and objectively reflects the subject of the thesis; provided theoretical and methodological guidance and conceptions are presented with the references to the authors.