

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ

**Аннотация к дипломной работе
РАЗРАБОТКА САЙТА ДЛЯ КОМПАНИИ ЧПТУП «УТН-ПРОДУКТ»**

Янковский Денис Валерьевич

Руководитель
Силкович Юрий Николаевич,
кандидат технических наук, доцент

Минск, 2020

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ВЕБ-САЙТ, ЮЗАБИЛИТИ, UX-ТЕСТИРОВАНИЕ, МЕТОД КАНО, ОПРОС, А/Б-ТЕСТИРОВАНИЕ.

Цель исследования: анализ возможностей интернет-маркетинга в продвижении малого предприятия в сфере B2B; разработка веб-сайта как ключевого элемента маркетинговой стратегии предприятия.

Объект исследования: ЧПТУП «УТН-ПРОДУКТ».

Предмет исследования: веб-сайт как ключевой элемент маркетинговой стратегии предприятия.

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, SWOT-анализ, опрос, интервью, анализ по методу Кано, А/Б тестирование.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов маркетинговой деятельности частных предприятий, основные виды интернет-маркетинга, современные технологии и инструменты, проведен анализ бизнес-процессов ЧПТУП «УТН-ПРОДУКТ», а также конкурентных предприятий, в том числе их веб-сайтов, оценка экономического эффекта разработки веб-сайта, результаты юзабилити-тестирования.

Элементы научной новизны: предложено и обосновано дальнейшее продвижение веб-сайта согласно маркетинговой стратегии.

Область возможного применения: практически в маркетинговой стратегии ЧПТУП «УТН-ПРОДУКТ».

Технико-экономическая, социальная значимость: веб-сайт позволит укрепить имидж организации, откроет новые рынки продаж, а также позволит получить новые деловые контакты.

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 сопровождаются ссылками на их авторов.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТИНГ, ВЭБ-САЙТ, ЮЗАБІЛІЦІ, UX-ТЭСТАВАННЕ, МЕТАДКАНО, АПЫТАННЕ, А/Б-ТЭСТАВАННЕ.

Мэта даследавання: аналіз магчымасцяў інтэрнэт-маркетынгу ў прасоўванні малога прадпрыемства ў сферы B2B; распрацоўка вэб-сайта як ключавога элемента маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства.

Аб'ект даследавання: ПВГУП «УТН-прадукт».

Прадмет даследавання: вэб-сайт як ключавы элемент маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства.

Метады даследавання: аналіз, разлікова-аналітычны, SWOT-аналіз, апытанне, інтэрв'ю, аналіз па метадзе Кано, А/Б тэставанне.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў маркетынгавай дзейнасці прыватных прадпрыемстваў, асноўныя віды інтэрнэт-маркетынгу, сучасныя тэхналогіі і інструменты, праведзены аналіз бізнес-працэсаў ПВГУП «УТН-ПРАДУКТ», а таксама канкурэнтных прадпрыемстваў, у тым ліку іх вэб-сайтаў, ацэнка эканамічнага эфекту распрацоўкі вэб-сайта, вынікі юзабіліці-тэставання.

Элементы навуковай навізны: прапанавана і абгрунтавана далейшае прасоўванне вэб-сайта згодна маркетынгавай стратэгіі.

Вобласць магчымага прымянення: практычна ў маркетынгавай стратэгіі ПВГУП «УТН-прадукт».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: вэб-сайт дазволіць умацаваць імідж арганізацыі, адкрые новыя рынкі продажаў, а таксама дасць магчымасць атрымаць новыя дзелавыя кантакты.

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

MARKETING, MARKETING COMMUNICATIONS, INTERNET MARKETING, WEBSITE, USABILITY, UX TESTING, KANO METHOD, SURVEY, A/B TESTING.

The purpose of the study: analysis of the possibilities of internet marketing in promoting a small business in the field of B2B; development of a website as a key element of an enterprise marketing strategy.

Object of study: "UTN-PRODUKT".

Subject of research: website as a key element of an enterprise's marketing strategy.

Research methods: analysis, calculational and analytical, SWOT analysis, survey, interview, Kano method analysis, A/B testing.

Research and development: based on a study of the theoretical issues of marketing activities of private enterprises, the main types of internet marketing, modern technologies and tools, an analysis of the business processes of UTN-PRODUKT private enterprise, as well as of competitive enterprises, including their websites, calculation of the economic effect of website development, usability testing results.

Elements of scientific novelty: the further promotion of the website according to the marketing strategy is proposed.

Possible application: practically as part of marketing strategy of UTN-PRODUKT enterprise.

Technical and economic, social significance: the website will strengthen the image of the organization, reach new sales markets, and also allow to get new business contacts.

The author confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literature and other sources are accompanied by links to their authors.