

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**Кафедра международного туризма**

Аннотация дипломной работы

**Совершенствование цифрового маркетинга  
на предприятии (на примере ИПУП «АйБиЭй АйТиПарк»)**

Старовойтова Александра Германовна

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры  
П.О.Сороко

Минск, 2021

# АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 86 с., 11 рис., 4 табл., 52 источника, 4 прил.

## 1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 11 иллюстраций, 4 таблиц, 4 приложений, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 86 страниц. Список использованных источников и литературы занимает 5 страниц и включает 52 позиции.

## 2. Перечень ключевых слов

СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА.

## 3. Текст реферата

*Объект исследования* – цифровой маркетинг на предприятии сферы услуг.

*Цель исследования* – разработка методических рекомендаций по составлению и улучшению стратегии цифрового маркетинга для предприятий сферы услуг на примере IT-компании «IBA IT Park».

*Методы исследования* – сравнительный и SWOT-анализ, аналитическое обобщение, методы маркетинговых исследований.

*Полученные результаты и их новизна* – раскрыта сущность понятий в контексте цифрового маркетинга, определена его роль и пути реализации на предприятии; описана сущность диджитал-стратегии, подходы к ее разработке и особенности реализации; выделены ключевые тенденции и тренды цифрового маркетинга в мире; выявлены основные факторы, влияющие на цифровой маркетинг компании на примере «IBA IT Park»; определены проблемы, с которыми сталкивается при реализации комплекса маркетинга компания «IBA IT Park», предложены возможные решения с учетом имеющейся ресурсной базы; разработаны практические рекомендации по этапам реализации цифровой стратегии, включая анализ, контроль показателей эффективности и др.

*Достоверность материалов и результатов дипломной работы.* Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

*Рекомендации по использованию результатов работы.* результаты исследования могут быть использованы предприятиями – преимущественно организациями, работающими в сфере услуг, – в их маркетинговой деятельности.

# АНАТАЦЫЯ

## 1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, трох глаў, заключэння, 11 ілюстрацый, 4 табліц, спісу выкарыстаных крыніц і літаратуры. Агульны аб'ём працы складае 86 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц і літаратуры займае 5 старонкі і ўключае 52 пазіцыі.

## 2. Пералік ключавых слоў

СТРАТЭГІЯ ЛІЧБАВАГА МАРКЕТЫНГУ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, СТРАТЭГІЧНЫ АНАЛІЗ, УНУТРАННЯЯ СЕРАДА АРГАНІЗАЦЫІ, ІНФАРМАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГУ.

## 3. Тэкст рэферата

*Аб'ект даследавання* – лічбавы маркетынг на прадпрыемстве сферы паслуг;

*Цэль даследавання* – распрацоўка метадычных рэкамендацый па складанні і паляпшэнню стратэгіі лічбавага маркетынгу для прадпрыемстваў сферы паслуг на прыкладзе ІТ-кампаніі «ІВА ІТ Park».

*Метады даследавання* – параўнальны і SWOT-аналіз, аналітычнае абагульненне, метады маркетынговых даследаванняў.

*Атрыманая вынікі і іх навізна* – раскрытая сутнасць паняццяў у кантэксце лічбавага маркетынгу, вызначана яго ролю і шляхі рэалізацыі на прадпрыемстве; апісана сутнасць дыджытал-стратэгіі, падыходы да яе распрацоўцы і асаблівасці рэалізацыі; вылучаныя ключавыя тэндэнцыі і трэнды лічбавага маркетынгу ў свеце; выяўлены асноўныя фактары, якія ўплываюць на лічбавы маркетынг кампаніі на прыкладзе «ІВА ІТ Park»; вызначаны праблемы, з якімі сутыкаецца пры рэалізацыі комплексу маркетынгу Кампанія «ІВА ІТ Park», прапанаваны магчымыя рашэнні з улікам наяўнай рэсурснай базы; распрацаваны практычныя рэкамендацыі па этапах рэалізацыі лічбавай стратэгіі, уключаючы аналіз, кантроль паказчыкаў эфектыўнасці і інш.

*Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы.* Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна.

*Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы.* Абагульненыя вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны прадпрыемствамі – пераважна арганізацыямі, якія працуюць у сферы паслуг, – у іх маркетынгававай дзейнасці.

# ANNOTATION

## **1. Structure and scope of the diploma work**

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, introduction, 3 chapters, conclusion, 11 illustrations, 4 tables and list of references. Total scope of work is 86 pages. The list of references occupies 5 pages and includes 52 positions.

## **2. Keywords**

DIGITAL MARKETING STRATEGY, MARKETING RESEARCH, STRATEGIC ANALYSIS, INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, INFORMATION TECHNOLOGIES, MARKETING COMPLEX.

## **3. Summary text**

*Object of research* – digital marketing in the service sector.

*Purpose of research* – development of methodological recommendations for the development and improvement of the digital marketing strategy for service sector enterprises, based on the example of the IT company «IBA IT Park».

*Research methods* – comparative and SWOT-analysis, analytical generalization, marketing research methods.

*Obtained results and their novelty* – the most significant results include: revealed essence of concepts in the context of digital marketing, its defined role and ways of implementation at the enterprise; described essence of digital strategy, approaches to its development and features of implementation; highlighted key trends of digital marketing in the world; identified factors influencing the digital marketing of the company on the example of «IBA IT Park»; identified problems that «IBA IT Park» faces when implementing the marketing complex, proposed possible solutions that take into account the available resource base; developed practical recommendations on the stages of implementation of the digital strategy, including analysis, monitoring of performance indicators, etc.

*Authenticity of the materials and results of the diploma work.* The materials used and the results of the diploma work are authentic. The work has been put through independently.

*Recommendations on the usage.* The results of the work can be used by enterprises, mainly organizations working in the service sector, in their marketing activities.