

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

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА**

**Аннотация к дипломной работе**

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В СЕТИ  
ИНТЕРНЕТ**

**ЩУКА Юлия Станиславовна**

**Руководитель  
Голик Вадим Сергеевич  
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2021

Дипломная работа: 65 с., 19 рис., 18 табл., 50 источников, 1 прил.

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МАРКЕТИНГ, ПОТРЕБИТЕЛИ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Целью дипломной работы является рассмотреть и проанализировать покупательских предпочтений в сети Интернет на примере УП «Здоровый продукт».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы маркетинговых исследований потребительских предпочтений.

2. Ознакомиться с нормативно-правовыми документами регулирующие маркетинговую деятельность в Республике Беларусь.

3. Анализировать и оценить предпочтения потребителей продукции УП «Здоровый продукт».

4. Рассмотреть организационно-экономическую характеристику УП «Здоровый продукт».

5. Рассмотреть результативность и проблемы интернет-исследований предпочтений потребителей продукции УП «Здоровый продукт».

6. Разработать предложения по внедрению информационных технологий для исследования предпочтений потребителей продукции УП «Здоровый продукт».

Объектом исследования является покупательские предпочтения в сети Интернет.

Предметом исследования выступает оценка покупательских предпочтений в сети Интернет УП «Здоровый продукт».

Методы исследования – анализ, расчетно-аналитический, сравнительный, SWOT-анализ.

Область возможного практического применения: на практике другими компаниями.

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и 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.

Thesis: 65 p., 19 figures, 18 tables, 50 sources, 1 app.

## MARKETING RESEARCH, MARKETING, CONSUMERS, INTERNET MARKETING

The purpose of the thesis is to consider and analyze consumer preferences on the Internet using the example of UE «Healthy Product».

As part of achieving this goal, the author set the following tasks:

1. Consider the theoretical foundations of marketing research of consumer preferences.

2. Get acquainted with the regulatory documents regulating marketing activities in the Republic of Belarus.

3. Analyze and evaluate the preferences of consumers of the UE «Healthy Product» products.

4. Consider the organizational and economic characteristics of the UE «Healthy Product».

5. Consider the effectiveness and problems of Internet research of consumer preferences for UE «Healthy Product» products.

6. Develop proposals for the implementation of information technologies to study the preferences of consumers of UE «Healthy Product» products.

The object of the research is consumer preferences on the Internet.

The subject of the research is the assessment of consumer preferences on the Internet, UE «Healthy Product».

Research methods - analysis, calculation and analytical, comparative, SWOT analysis.

Possible practical application: in practice by other companies.

The author of the work confirms that the calculated and analytical material given in the diploma work correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.