

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

КАФЕДРА ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация к дипломной работе

**ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «СОЦИАЛЬНЫХ ПРОДАЖ» В
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ**

Гаврюшина Анна Константиновна
Руководитель
кандидат экономических наук,
доцент Т. Ф. Старовойтова

Минск, 2021

Дипломная работа: 64 с., 23 рис., 10 таблиц, 57 источников.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОТДЕЛ ПРОДАЖ, ТЕХНОЛОГИЯ "СОЦИАЛЬНЫХ ПРОДАЖ", ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА, КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ

Объект исследования – деятельность ООО «БИМ Машин».

Предмет исследования – деятельность отдела маркетинга и продаж ООО «БИМ Машин».

Цель работы: внедрение технологии “социальных продаж” в деятельность отдела маркетинга и продаж компании ООО «БИМ Машин».

Методы исследования: анализ и синтез, логического обобщения, табличный и графический метод, сравнительный анализ, индукция и дедукция.

Исследования и разработки: был изучен процесс внедрения технологии “социальных продаж”, проведен организационно-экономический анализ ООО «БИМ Машин», была оценена экономическая эффективность внедрения данной технологии.

Область возможного применения: рассмотренный метод внедрения процесса “социальных продаж” может быть внедрено на любом предприятии, особенно на предприятиях, услуги или продукт которых сложно продавать с помощью таргетированной рекламы.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 64 с., 23 мал., 10 табліца, 57 крыніц.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГОВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, АДДЗЕЛ ПРОДАЖУ, ТЭХНАЛОГІЯ "САЦЫЯЛЬНАГА ПРОДАЖУ", АРГАНІЗАЦЫЙНАЯ СТРУКТУРА, КАНКУРЭНТНАЯ ПАЗІЦЫЯ

Аб'ект даследавання - арганізацыйна-эканамічная дзейнасць таварыства з абмежаванай адказнасцю «БІМ Машын».

Прадмет даследавання - дзейнасць аддзела маркетынгу і продажаў ТАА «БІМ Машын».

Мэта працы: ўкараненне тэхналогіі "сацыяльных продажаў" ў дзейнасць аддзела маркетынгу і продажаў ТАА «БІМ Машын».

Метады даследавання: аналіз і сінтэз, лагічнае абагульнення, таблічны і графічны метады, параўнальны аналіз, індукцыя і дэдукцыя.

Даследаванні і распрацоўкі: быў рэалізаваны працэс ўкаранення тэхналогіі "сацыяльных продажаў", праведзены арганізацыйна-эканамічны аналіз ТАА «БІМ Машын», была праведзена ацэнка эканамічнай эфектыўнасці ўкаранення дадзенай тэхналогіі.

Вобласць магчымага прымянення: разгледжаны метады ўкаранення працэсу "сацыяльных продажаў" можа быць выкарастаны на любым прадпрыемстве, асабліва ў кампаніях, паслугі або прадукт якіх складаюцца з дапамогай таргетаванай рэкламы.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны і разліковы матэрыял правільны і аб'ектыўна адлюстроўвае стан вывучаемых пытанняў, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 64 p., 23 figures, 10 tables, 57 sources.

MARKETING ACTIVITIES, SALES DEPARTMENT, SOCIAL SALLING TECHNOLOGY, ORGANIZATIONAL STRUCTURE, COMPETITIVE POSITION

The object of research is the activity of BIM Machine LLC.

The subject of the research is the activities of the marketing and sales department of BIM Machine LLC.

The purpose of the work is introduction of the technology of "social sallig" in the activities of the marketing and sales department of the company "BIM Machine".

Research methods: systemic, analytical, synthesis method, method of comparison and grouping, fact collecting.

The study uses educational materials on information technology, economics, design and creation of websites, legal documents of the Republic of Belarus, electronic sources and author's own developments.

Research and development resulted in introducing the technology of "social selling" was studied, an organizational and economic analysis of LLC "BIM Machine" was carried out, the economic efficiency of the introduction of this technology was assessed.

The area of possible practical application is that the process of "social selling" can be implemented in any enterprise, especially in enterprises whose services or product are difficult to sell using targeted advertising.

The author of the work confirms that the analytical and calculated material presented in it correctly and objectively reflects the state of the studied question, and all the theoretical and methodological provisions and concepts borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.