

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»

Кафедра инновационного управления
специальность 1-26 80 04 «Менеджмент»
(профилизация Инновационный менеджмент)

Аннотация к магистерской диссертации
**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ ДЛЯ СРЕДНЕГО И МАЛОГО
БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ СІТУМІХ.ВУ**

ЛИПСКАЯ
Виктория Витальевна

Научный руководитель
Морозов Родион Игоревич, кандидат экономических наук

Минск, 2022

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация: 78 страниц, 13 таблиц, 23 рисунка, 44 источника, 8 формул.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИИ, МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ, МАЛЫЙ БИЗНЕС, СРЕДНИЙ БИЗНЕС, ЛОЯЛЬНОСТЬ, РЕФЕРАЛЬНЫЙ, МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ, ПРОМОКОД, СКИДКА, QR-КОД

Цель работы – оценить эффективность использования мобильного приложения для выстраивания коммуникации с клиентами.

Актуальность работы обусловлена необходимостью поиска новых способов роста клиентской базы и продаж.

Объектом исследования являются субъекты малого и среднего бизнеса, внедряющие мобильное приложение Citymix.by.

Методы исследования: сравнительно-сопоставительный, наблюдение, метод теоретического анализа, систематизации и описания, SWOT-анализ, экспертный метод, метод опроса, метод дедукции.

Полученные результаты и их новизна. Уникальность исследования заключается в оценке эффективности внедрения нового инструмента выстраивания маркетинга взаимоотношения субъектами малого и среднего бизнеса. В итоге была проведена оценка эффективности использования мобильного приложения разработаны рекомендации по внедрению данного инструмента при выстраивании взаимоотношений с покупателями.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА РАБОТЫ

Магістарская дысертацыя: 78 старонак, 13 табліц, 23 малюнкаў, 44 крыніцы, 8 формул.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, ІНАВАЦЫІ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ АДНОСІНЫ, МАЛОГА БІЗНЭСУ, СЯРЭДНЯГА БІЗНЭСУ, ЛАЯЛЬНАСЦЬ, КІРУНАК, МАБІЛЬНАЕ ПРЫКЛАДАННЕ, РЭКЛАМНАЯ, ЗНІЖКА, QR-КОД

Мэта работы: ацаніць эфектыўнасць выкарыстання мабільнага прыкладання для стварэння маркетынгавай сувязі з кліентамі.

Актуальнасць працы звязана з неабходнасцю пошуку новых спосабаў павялічыць базу кліентаў і продажаў.

Аб'ект даследавання: малы і сярэдні бізнес, мабільнае прыкладанне Citymix.by.

Метады даследавання: параўнанне, назіранне, тэарэтычны метады аналізу, сістэматызацыі і апісання, аналіз SWOT, метады эксперта, метады абследавання, метады выліку.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Унікальнасць даследавання - ацаніць эфектыўнасць ўвядзення новага інструмента для будаўніцтва маркетынгавых адносін малога і сярэдняга бізнесу. У выніку, ацэнка эфектыўнасці выкарыстання мабільнага прыкладання было распрацавана для рэалізацыі гэтага інструмента пры будаўніцтве адносін з кліентамі.

GENERAL CHARACTERISTICS

Master's thesis: 78 pages, 13 tables, 23 figures, 44 sources, 8 formulas.

Keywords: MARKETING, INNOVATION, RELATIONSHIP MARKETING, SMALL BUSINESS, MEDIUM BUSINESS, LOYALTY, REFERRAL, MOBILE APP, PROMO CODE, DISCOUNT, QR CODE

The purpose of the work is to assess the effectiveness of using a mobile application to build communication with clients.

The relevance of the work is due to the need to find new ways to grow the client base and sales.

The object of the research is small and medium-sized businesses implementing the Citymix.by mobile application.

Research methods: comparative-comparative, observation, method of theoretical analysis, systematization and description, SWOT-analysis, expert method, survey method, deduction method.

The results obtained and their novelty. The uniqueness of the study lies in assessing the effectiveness of the introduction of a new tool for building relationship marketing by small and medium-sized businesses. As a result, an assessment was made of the effectiveness of the use of the mobile application, recommendations were developed for the implementation of this tool in building relationships with customers.