

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

Кафедра бизнес-администрирования

Аннотация к дипломной работе

**ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПОСТСТРОЙОПТ»
НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-
МАРКЕТИНГА**

Стока Владислав Вадимович

**Руководитель
Мальцевич Наталья Викторовна
кандидат экономических наук, доцент**

2022

Дипломная работа: 84 с., 17 рис., 12 табл., 50 источников, 4 прил.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, СТРАТЕГИЯ, ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ, ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

Целью дипломной работы является углубленное изучение методов и инструментов интернет-маркетинга, а также совершенствование маркетинговой деятельности ООО «Постстройопт» с использованием современных цифровых технологий.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- определить роль и сущность интернет-маркетинга на современном этапе развития, его функции и задачи;
- изучить современный инструментарий интернет-маркетинга;
- исследовать методики оценки эффективности продвижения товаров и услуг в Интернет;
- провести экономический анализ деятельности ООО «Постстройопт»;
- проанализировать применение инструментов интернет-маркетинга ООО «Постстройопт»;
- разработать интернет-магазин ООО «Постстройопт»;
- разработать стратегию продвижения интернет-магазина ООО «Постстройопт»;
- рассчитать эффективность выбранной стратегии.

Объект исследования является ООО «Постстройопт».

Предметом исследования являются инструменты интернет-продвижения продукции ООО «Постстройопт»

В качестве методов исследования интернет-маркетинга ООО «Постстройопт» выступают синтез, обобщение, дедукция и индукция, метод сравнительного анализа, экономико-математические и другие методы.

Область возможного практического применения: применение полученных результатов на практике может повысить экономическую эффективность деятельности ООО «Постстройопт».

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней фактические и расчетно-аналитические материалы правильно и объективно отражают состояние организации, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и практические разработки сопровождаются ссылками на авторов.

Thesis: 84 p., Figures 17, Table 12, 50 sources, 4 app.

INTERNET MARKETING, COMPETITIVENESS, STRATEGY, FORMATION OF A MARKETING STRATEGY, ONLINE STORE

The purpose of the thesis is an in-depth study of the methods and tools of Internet marketing, as well as the improvement of the marketing activities of Poststroyopt LLC using modern digital technologies.

In order to achieve this goal, the following tasks were set by the author:

- determine the role and essence of Internet marketing at the present stage of development, its functions and tasks;
- to study modern tools of Internet marketing;
- explore methods for evaluating the effectiveness of promoting goods and services on the Internet;
- conduct an economic analysis of the activities of Poststroyopt LLC;
- analyze the use of Internet marketing tools of Poststroyopt LLC;
- to develop an online store for Poststroyopt LLC;
- develop a strategy for promoting the online store of Poststroyopt LLC;
- calculate the effectiveness of the chosen strategy.

Object of research: Poststroyopt LLC.

Subject of research: the tools for online promotion of products of Poststroyopt LLC.

Methods: synthesis, generalization, deduction and induction, the method of comparative analysis, economic-mathematical and other.

Realm of the possible practical applications: the application of the results obtained in practice can increase the economic efficiency of the activities of Poststroyopt LLC.

The author confirms that the factual and analytical materials presented in it correctly and objectively reflect the state of the organization, and all theoretical (methodological and methodical) provisions and practical developments borrowed from literary and other sources are accompanied by references to the authors.