

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

Кафедра бизнес-администрирования

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И
НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО
«СТАТУСБАНК»)**

Ушакова Юлия Алексеевна

**Руководитель
Хацкевич Геннадий Алексеевич
Заведующий кафедрой бизнес-администрирования,
доктор экономических наук, профессор**

Дипломная работа: 79 с., 15 рис., 10 табл., 44 источника, 6 прил.

МАРКЕТИНГ, ВЕБ-АНАЛИТИКА, БАНК, САЙТ, ОНЛАЙН ПОВЕДЕНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ.

Целью дипломной работы является рассмотрение теоретических и практических аспектов и проблем веб-аналитики как инструмента изучения онлайн-поведения клиентов и совершенствования маркетинговой стратегии на примере ОАО «СтатусБанк» и внесение предложений по их совершенствованию.

Для достижения поставленной цели автором дипломной работы поставлены следующие задачи:

1. развить теоретические основы веб-аналитики и онлайн поведения потребителей;
2. изучить общую характеристику и провести анализ основных экономических показателей ОАО «СтатусБанк»;
3. выработать комплекс рекомендаций по повышению эффективности деятельности ОАО «СтатусБанк».

Объектом исследования является ОАО «СтатусБанк».

Предметом исследования являются практические инструменты веб-аналитики для анализа онлайн поведения посетителей сайта.

Теоретической и методологической основами исследования являются научные труды отечественных и зарубежных авторов на тему интернет-маркетинга и веб-аналитики. В процессе обобщения и анализа материала использовались общенаучные методы исследования, сбор первичных данных, анализ, сравнение, PEST-анализ, SWOT-анализ, обобщение.

Область возможного практического применения: отделом маркетинга ОАО «СтатусБанк» в целях совершенствования деятельности отдела и организации.

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

Дыпломная работа: 79 с., 15 мал., 10 табл., 44 крын., 6 прым.

МАРКЕТЫНГ, ВЭБ-АНАЛІТЫКА, БАНК, САЙТ, АНЛАЙН ПАВОДЗІНЫ, ІНСТРУМЕНТЫ ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГУ, SEO-АПТЫМІЗАЦЫЯ.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца разгляд тэарэтычных і практычных аспектаў і праблем вэб-аналітыкі як інструмента вывучэння анлайн-паводзін кліентаў і ўдасканалення маркетынгавай стратэгіі на прыкладзе ААТ «СтатусБанк» і ўнясенне прапаноў па іх удасканаленні.

Для дасягнення пастаўленай мэты аўтарам дыпломнай працы пастаўлены наступныя задачы:

1. развіць тэарэтычныя асновы вэб-аналітыкі і анлайн паводзін спажыўцоў;
2. вывучыць агульную характарыстыку і правесці аналіз асноўных эканамічных паказчыкаў ААТ «СтатусБанк»;
3. выпрацаваць комплекс рэкамендацый па павышэнні эфектыўнасці дзейнасці ААТ «СтатусБанк».

Аб'ектам даследавання з'яўляецца ААТ «СтатусБанк».

Прадметам даследавання з'яўляюцца: практычныя інструменты вэб-аналітыкі для аналізу анлайн паводзін наведвальнікаў сайта.

Тэарэтычнай і метадалагічнай асновамі даследавання з'яўляюцца навуковыя працы айчынных і замежных аўтараў на тэму інтэрнэт-маркетынгу і вэб-аналітыкі. У працэсе абагульнення і аналізу матэрыялу выкарыстоўваліся агульнанавуковыя метады даследавання, збор першасных дадзеных, аналіз, параўнанне, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, абагульненне.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: аддзелам маркетынгу ААТ «СтатусБанк» у мэтах удасканалення дзейнасці аддзела і арганізацыі.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 79 p., 19 figures, 10 tables, 44 sources, 6 adj.

MARKETING, WEB ANALYTICS, BANK, SITE, ONLINE BEHAVIOR, INTERNET MARKETING TOOLS, SEO OPTIMIZATION.

The purpose of the thesis is consideration of the theoretical and practical aspects and problems of web analytics as a tool for studying the online behavior of customers and improving the marketing strategy on the example of Status-Bank OJSC and making suggestions for their improvement.

To achieve this goal, the author of the thesis set the following tasks:

1. to develop the theoretical foundations of web analytics and online consumer behavior;
2. to study the general characteristics and analyze the main economic indicators of StatusBank OJSC;
3. to develop a set of recommendations to improve the efficiency of StatusBank OJSC.

The object of the study is the StatusBank OJSC.

The subject of the study is practical web analytics tools for analyzing the online behavior of site visitors.

The theoretical and methodological foundations of the study are the scientific works of domestic and foreign authors on the topic of Internet marketing and web analytics. In the process of summarizing and analyzing the material, general scientific research methods, collection of primary data, analysis, comparison, PEST-analysis, SWOT-analysis, generalization were used.

Scope of possible practical application: by the marketing department of OJSC "Status-Bank" in order to improve the activities of the department and organization.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.