

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ОРГАНИЗАЦИИ

ГОЙШИК Алеся Александровна

**Руководитель
Сверлов Алексей Сергеевич,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2022

Дипломная работа: 79 с., 11 рис., 17 табл., 47 источников, 5 прил.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, СЕАНСЫ, ЛИДЫ, ТРАФИК, INFLUENCE-МАРКЕТИНГ, DIGITAL-СТРАТЕГИЯ

Целью дипломной работы является разработка направления повышения эффективности применения инструментов цифрового маркетинга в ООО «Ветзообазар».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Исследовать теоретические основы оценки эффективности применения организацией инструментов цифрового маркетинга;
2. Проанализировать практику применения и эффективность инструментов цифрового маркетинга в ООО «Ветзообазар»;
3. Разработать направления повышения эффективности инструментов цифрового маркетинга в ООО «Ветзообазар».

Объект исследования: инструменты цифрового маркетинга ООО «Ветзообазар».

Предмет исследования: особенности использования инструментов цифрового маркетинга в ООО «Ветзообазар».

Методы исследования: сравнительного анализа, группировок, экспертных оценок, графический, построения линейно-функциональных моделей.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике повышения эффективности применения инструментов цифрового маркетинга в ООО «Ветзообазар».

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: 79 pp., 11 figures, 17 tables, 47 sources, 5 appendices.

INTERNET MARKETING, SOCIAL NETWORKS, SESSIONS, LEADS, TRAFFIC, INFLUENCE MARKETING, DIGITAL STRATEGY

The purpose of the thesis is to develop a direction to improve the efficiency of digital marketing tools in LLC "Vetzobazar".

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

1. To study the theoretical foundations of evaluating the effectiveness of the organization's use of digital marketing tools;
2. To analyze the practice of application and effectiveness of digital marketing tools in LLC "Vetzobazar";
3. To develop directions of increase of efficiency of tools of digital marketing in LLC Vetzobazar.

Object of research: Vetzobazar LLC.

Subject of research: digital marketing tools.

Research methods: comparative analysis, groupings, expert assessments, graphical, construction of linear-functional models.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice to increase the effectiveness of digital marketing tools in LLC "Vetzobazar".

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

Дыпломная работа: 79 с., 11 рис., 17 табл., 47 источников, 5 прил.

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТЫНГ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТИ, СЕАНСЫ, ЛІДЫ, ТРАФІК, УПЛЫВ-МАРКЕТЫНГ, DIGITAL-СТРАТЕГІЯ

Целью дыпломнай працы з'яўляецца напрамак распрацоўкі павышэння эфектыўнасці прымянення інструментаў лічбавага маркетынгу ў ТАА «Ветзообазар».

У рамках дасягненняў пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Даследаваць тэарэтычныя асновы ацэнкі эфектыўнасці прымянення арганізацыі інструментаў лічбавага маркетынгу;
2. Прааналізуйце практыку прымянення і эфектыўнасць інструментаў лічбавага маркетынгу ў ООО «Ветзообазар»;
3. Разработка напрамкаў павышэння эфектыўнасці інструментаў лічбавага маркетынгу ў ТОВ «Ветзообазар».

Аб'ект даследаванняў: ООО «Ветзообазар».

Прадмет даследавання: інструменты лічбавага маркетынгу.

Метады даследавання: параўнальнага аналізу, групойкі, экспертных ацэнак, графічных, пабудовы лінейна-функцыянальных мадэляў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны ў практыцы павышэння эфектыўнасці прымянення інструментаў лічбавага маркетынгу ў ТАА «Ветзообазар».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы расчётна-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследаванага працэсу, а ўсе зададзены з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.