

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ОРГАНИЗАЦИИ

БАРАНОВСКАЯ Яна Вячеславовна

Научный руководитель:
Мармашова Светлана Прокопьевна,
старший преподаватель

Минск, 2024

Дипломная работа: 72 с., 15 рис., 9 табл., 62 источника, 3 прил.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ОАО «МИНСКИЙ ТРАКТОРНЫЙ ЗАВОД», НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Целью дипломной работы: разработать предложения по повышению эффективности использования инструментов интернет-маркетинга ОАО «Минский тракторный завод».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Раскрыть теоретические основы интернет-маркетинга.
2. Представить краткую организационно-экономическую характеристику ОАО «Минский тракторный завод».
3. Охарактеризовать основные направления маркетинговой деятельности ОАО «Минский тракторный завод» в сети Интернет.
4. Проанализировать результативность использования инструментов интернет-маркетинга ОАО «Минский тракторный завод».

Объект исследования: инструменты интернет-маркетинга ОАО «Минский тракторный завод».

Предмет исследования: результативность использования инструментов интернет-маркетинга ОАО «Минский тракторный завод».

Методы исследования: общенаучные (анализ и синтез, сравнение и обобщение) и конкретные методы (сравнительный и др.), а также совокупность принципов научного исследования (объективность, нормативность, ценностный подход), SWOT-анализ.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при повышении эффективности использования инструментов интернет-маркетинга ОАО «Минский тракторный завод».

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-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: 72 pages, 15 figures, 9 tables, 62 sources, 3 appendices.

INTERNET MARKETING, JSC "MINSK TRACTOR PLANT", AREAS OF MARKETING ACTIVITY, PERFORMANCE OF USE OF INTERNET MARKETING TOOLS, PRACTICAL SUGGESTIONS TO INCREASE THE PERFORMANCE OF USE OF TOOLS INTERNET MARKETING SKILLS

The purpose of the thesis: to develop proposals for increasing the efficiency of using Internet marketing tools of Minsk Tractor Plant OJSC.

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

1. Reveal the theoretical foundations of Internet marketing.
2. Provide a brief organizational and economic description of Minsk Tractor Plant OJSC.
3. Characterize the main directions of marketing activities of Minsk Tractor Plant OJSC on the Internet.
4. Analyze the effectiveness of using Internet marketing tools of Minsk Tractor Plant OJSC.

Object of study: Internet marketing tools of Minsk Tractor Plant OJSC.

Subject of research: the effectiveness of using Internet marketing tools of Minsk Tractor Plant OJSC.

Research methods: general scientific (analysis and synthesis, comparison and generalization) and specific methods (comparative, etc.), as well as a set of principles of scientific research (objectivity, normativity, value approach), SWOT analysis.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice to increase the efficiency of using Internet marketing tools of Minsk Tractor Plant OJSC.

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