

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ПУТИ
ПОВЫШЕНИЯ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

РУДЕНКОВА Алина Максимовна

Руководитель

**Кудасова Елена Валерьевна
старший преподаватель кафедры маркетинга**

Минск, 2024

Дипломная работа: 88 с., 16 рис., 10 табл., 69 источников, 4 приложения.
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, СЕТЬ ИНТЕРНЕТ, ОПРОСЫ,
СЕРВИСЫ, ПОТРЕБИТЕЛИ.

Цель исследования: разработка предложений по повышению результативности маркетинговых исследований ОАО «Минский часовой завод» в сети Интернет.

Для достижения поставленной в работе цели поставлены следующие задачи:

- рассмотреть характеристику основных форм и методов маркетинговых исследований;
- изучить специфику маркетинговых исследований в сети Интернет и показатели их результативности;
- исследовать нормативные правовые документы, регулирующие маркетинговые исследования субъекта хозяйствования Республики Беларусь;
- рассмотреть краткую организационно-экономическую характеристику деятельности ОАО «Минский часовой завод»;
- исследовать формы и методы маркетинговых исследований организации в сети Интернет;
- провести оценку результативности маркетинговых исследований организации в Интернете.

Объект исследования: маркетинговые исследования в сети Интернет.

Предмет исследования: маркетинговые исследования ОАО «Минский часовой завод» в сети Интернет.

Методы исследования: метод сравнительного анализа информации, статистический метод, аналитический метод.

Область возможного применения: практический интернет-маркетинг ОАО «Минский часовой завод».

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: 88 с., 16 мал., 10 табл., 69 крыніц, 4 прым.

МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, СЕТКА ІНТЭРНЭТ, АПЫТАННІ, СЭРВІСЫ, СПАЖЫВАЛЬНІКІ.

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па павышэнні рэзультатыўнасці маркетынговых даследаванняў ААТ «Мінскі гадзіннікавы завод» у сетцы Інтэрнэт.

Для дасягнення пастаўленай у рабоце мэты пастаўлены наступныя задачы:

- разгледзець характарыстыку асноўных форм і метадаў маркетынговых даследаванняў;
- вывучыць спецыфіку маркетынговых даследаванняў у сетцы Інтэрнэт і паказчыкі іх рэзультатыўнасці;
- даследаваць нарматыўныя прававыя дакументы, якія рэгулююць маркетынговыя даследаванні суб'екта гаспадарання Рэспублікі Беларусь;
- разгледзець кароткую арганізацыйна-эканамічную характарыстыку дзейнасці ААТ «Мінскі гадзіннікавы завод»;
- даследаваць формы і метады маркетынговых даследаванняў арганізацыі ў сетцы Інтэрнэт;
- правесці ацэнку рэзультатыўнасці маркетынговых даследаванняў арганізацыі ў Інтэрнеце.

Аб'ект даследавання: маркетынговыя даследаванні ў сетцы Інтэрнэт.

Прадмет даследавання: маркетынговыя даследаванні ААТ «Мінскі гадзіннікавы завод» у сетцы Інтэрнэт.

Метады даследавання: метады параўнальнага аналізу інфармацыі, статыстычны метады, аналітычны метады.

Вобласць магчымага прымянення: практычны Інтэрнэт-маркетынг ААТ «Мінскі гадзіннікавы завод».

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: 88 p., Figures 16, Table 10, 69 sources, 4 app.

MARKETING RESEARCH, INTERNET, SURVEYS, SERVICES, CONSUMERS.

The purpose of the study: the development of proposals to increase the effectiveness of marketing research on the Internet of OJSC «Minsk Watch Factory».

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

- to consider the characteristics of the main forms and methods of marketing research;
- to study the specifics of marketing research on the Internet and their performance indicators;
- to investigate regulatory legal documents governing marketing research of a business entity of the Republic of Belarus;
- to consider a brief organizational and economic description of the activities of OJSC «Minsk Watch Factory»;
- to explore the forms and methods of marketing research on the Internet of an organization;
- to assess the effectiveness of the organization's marketing research on the Internet.

Object of the research: marketing research on the Internet.

Subject of the research: marketing research of OJSC «Minsk Watch Factory» on the Internet.

Methods of research: comparative information analysis method, statistical method, analytical method.

The area of possible application: practical Internet marketing of OJSC «Minsk Watch Factory».

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