

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ**

ЛАСТОЧКИНА Анастасия Васильевна

**Руководитель
Лежанская Полина Владимировна
кандидат искусствоведения, доцент**

Минск, 2024

Дипломная работа: 67 с., 17 рис., 7 табл., 50 источников, 2 прил.

МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ, РЕКЛАМА, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ТАРГЕТИНГ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

Цель работы – охарактеризовать реализацию интернет-маркетинга в ООО «Парфюм Трейд» и разработать мероприятия по его развитию и повышению эффективности.

Поставленная цель работы обусловила решение следующих задач:

- рассмотреть сущность, цель, функции и основные характеристики интернет-маркетинга, показатели оценки его эффективности;
- описать нормативно-правовое регулирование деятельности в области интернет-маркетинга в Республике Беларусь;
- проанализировать использование интернет-маркетинга в ООО «Парфюм Трейд»;
- разработать мероприятия по совершенствованию деятельности ООО «Парфюм Трейд» в области интернет-маркетинга.

Объект исследования – интернет-маркетинг организации.

Предмет исследования – оценка эффективности интернет-маркетинга организации.

Методы исследования: анализ и синтез, сопоставление и сравнение, балансовый, графической интерпретации, логический метод.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при организации интернет-маркетинга розничных торговых организаций.

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.

Дыпломная работа: 67 с., 17 мал., 7 табл., 50 крыніц, 2 прыкл.

МАРКЕТЫНГ, ІНТЭРНЭТ, РЭКЛЯМА, РАХУННЕ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, ТАРГЕТЫНГ, КАНТЭКСТНАЯ РЭКЛАМА

Мэта даследавання – ахарактарызаваць рэалізацыю інтэрнэт-маркетынгу ў ТАА «Парфум Трэйд» і распрацаваць мерапрыемствы па яго развіццю і павышэнню эфектыўнасці.

Пастаўленая мэта працы абумовіла вырашэнне наступных задач:

- разгледзець сутнасць, мэту, функцыі і асноўныя характарыстыкі інтэрнэт-маркетынгу, паказчыкі ацэнкі яго эфектыўнасці;
- апісаць нарматыўна-прававое рэгуляванне дзейнасці ў галіне інтэрнэт-маркетынгу ў Рэспубліцы Беларусь;
- прааналізаваць выкарыстанне інтэрнэт-маркетынгу ў ТАА "Парфум Трэйд";
- распрацаваць мерапрыемствы па ўдасканаленні дзейнасці ТАА "Парфум Трэйд" у галіне інтэрнэт-маркетынгу.

Аб'ект даследавання – інтэрнэт-маркетынг арганізацыі.

Прадмет даследавання – ацэнка эфектыўнасці інтэрнэт-маркетынгу арганізацыі.

Метады даследавання: аналіз і сінтэз, супастаўленне і параўнанне, балансавы, графічнай інтэрпрэтацыі, лагічны метад.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы пры рэалізацыі маркетынгавай дзейнасці доследнай арганізацыі.

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

Thesis: 67 pages, 17 figures, 7 tables, 50 sources, 2 appendices.

MARKETING, INTERNET, ADVERTISING, PROMOTION,
EFFICIENCY, TARGETING, CONTEXTUAL ADVERTISING

The purpose of the work is to characterize the implementation of internet marketing in Perfume Trade LLC and develop measures for its development and efficiency improvement.

The set goal of the work led to the solution of the following tasks:

- to consider the essence, purpose, functions and main characteristics of internet marketing, indicators for evaluating its effectiveness;
- describe the legal regulation of internet marketing activities in the Republic of Belarus;
- to analyze the use of internet marketing in Perfume Trade LLC;
- to develop measures to improve the activities of Perfume Trade LLC in the field of internet marketing.

The object of the study is the internet marketing of organization.

The subject of the study is the effectiveness of the company's Internet marketing.

Research methods: analysis and synthesis, comparison and comparison, balance, graphical interpretation, logical method.

Scope of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice in the organization of online marketing of retail trade organizations.

The author of the work confirms that the computational 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.