

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ
КОМПАНИИ**

ПЕТРУШКЕВИЧ Максим Игоревич

Руководитель
Хмель Сергей Александрович,
старший преподаватель

Минск, 2024

Дипломная работа: 81 с., 11 рис., 10 табл., 54 источников, 1 прил.

МАРКЕТИНГ, ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ, ПРОДВИЖЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ, СТРУКТУРА САЙТА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Целью дипломной работы является предложить способы по повышению эффективности функционирования сайта компании ООО «Автоцентр Атлант-М Боровая».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- изучить цели, задачи и инструменты продвижения в сети Интернет;
- исследовать понятие официального сайта, структуру официального сайта компании;
- рассмотреть показатели эффективности функционирования официального интернет-сайта компании;
- изучить нормативно-правовые документы регламентирующие Интернет маркетинг субъекта хозяйствования в Республике Беларусь;
- исследовать организационно-экономическую характеристику ООО «Автоцентр Атлант-М Боровая»;
- рассмотреть структуру и содержание сайта ООО «Автоцентр Атлант-М Боровая»;
- проанализировать эффективность функционирования сайта в деятельности ООО «Автоцентр Атлант-М Боровая».

Объект исследования: официальный сайт.

Предмет исследования: официальный сайт компании ООО «Автоцентр Атлант-М Боровая».

При выполнении дипломной работы использовались следующие методы-исследования: метод систематизации и логического обобщения информации, метод сравнительного анализа, метод группировок, методы наглядного отображения информации и др.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике для повышения узнаваемости компании, создания экспертного мнения и увеличения продаж компании ООО «Автоцентр Атлант-М Боровая»

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: 81 pages, 11 figures, 10 tables, 54 sources, 1 appendix.

MARKETING, OFFICIAL SITE, INTERNET PROMOTION, SITE STRUCTURE, EFFICIENCY.

The purpose of the thesis is to propose ways to improve the efficiency of the website of the company "Autocenter Atlant-M Borovaya" LLC.

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

- study the goals, objectives and tools of promotion on the Internet;
- explore the concept of an official website, the structure of the company's official website;
- consider the performance indicators of the company's official website;
- study the regulatory documents regulating Internet marketing of a business entity in the Republic of Belarus;
- explore the organizational and economic characteristics of Atlant-M Borovaya Autocenter LLC;
- consider the structure and content of the website of Autocenter Atlant-M Borovaya LLC;
- analyze the effectiveness of the website in the activities of Atlant-M Borovaya Autocenter LLC.

Object of study: official site.

Subject of research: the official website of the company "Autocenter Atlant-M Borovaya" LLC.

When performing the thesis, the following research methods were used: the method of systematization and logical generalization of information, the method of comparative analysis, the grouping method, methods of visual display of information, etc.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice to increase the company's recognition, create an expert opinion and increase sales of the company "Autocenter Atlant-M Borovaya" LLC

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.

Дыпломная праца: 81 с., 11 мал., 10 табл., 54 крыніц, 1 дад.

МАРКЕТЫНГ, АФІЦЫЙНЫ САЙТ, ПРАЎЖЭННЕ Ў СЕТКІ ІНТЭРНЭТ, СТРУКТУРА САЙТА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца прапанаваць спосабы па павышэнні эфектыўнасці функцыянавання сайта кампаніі ТАА "Аўтацэнтр Атлант-М Баравая".

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- вывучыць мэты, задачы і інструменты прасоўвання ў сетцы Інтэрнэт;
- даследаваць паняцце афіцыйнага сайта, структуру афіцыйнага сайта кампаніі;
- разгледзець паказчыкі эфектыўнасці функцыянавання афіцыйнага інтэрнэт-сайта кампаніі;
- вывучыць нарматыўна-прававыя дакументы, якія рэгламентуюць Інтэрнэт маркетынг суб'екта гаспадарання ў Рэспубліцы Беларусь;
- даследаваць арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ТАА "Аўтацэнтр Атлант-М Баравая";
- разгледзець структуру і змест сайта ТАА «Аўтацэнтр Атлант-М Баравая»;
- прааналізаваць эфектыўнасць функцыянавання сайта ў дзейнасці ТАА "Аўтацэнтр Атлант-М Баравая".

Аб'ект даследавання: афіцыйны сайт.

Прадмет даследавання: афіцыйны сайт кампаніі ТАА "Аўтацэнтр Атлант-М Баравая".

Пры выкананні дыпломнай працы выкарыстоўваліся наступныя метады-даследаванні: метады сістэматызацыі і лагічнага абагульнення інфармацыі, метады параўнальнага аналізу, метады групавак, метады нагляднага адлюстравання інфармацыі і інш.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы для павышэння пазнавальнасці кампаніі, стварэння экспертнай думкі і павелічэння продажаў кампаніі ТАА «Аўтацэнтр Атлант-М Баравая»

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.