

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

МАРКЕТИНГОВЫЕ ФУНКЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

СОЧНЕВА Мария Александровна

Руководитель

**Вашило Анна Александровна
старший преподаватель**

Минск, 2024

Дипломная работа: 89 с., 12 табл., 16 рис., 63 ист., 2 прил.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ФУНКЦИИ, ОНЛАЙН-ПРОДВИЖЕНИЕ

Целью дипломной работы является разработка предложений по повышению эффективности использования социальных сетей ООО «Ле Рой» как инструмента интернет-маркетинга.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- 1) изучить теоретические основы интернет-маркетинга в социальных сетях;
- 2) выявить виды социальных сетей, их особенности и показатели эффективности;
- 3) определить характеристики маркетинговых функций социальных сетей;
- 4) рассмотреть нормативные правовые документы, регулирующие интернет-маркетинг в Республике Беларусь;
- 5) проанализировать организационно-экономическую характеристику ООО «Ле Рой»;
- 6) проанализировать использование инструментов интернет-маркетинга в ООО «Ле Рой»;
- 7) оценить эффективность использования социальных сетей как инструмента интернет-маркетинга ООО «Ле Рой».

Объект исследования: интернет-маркетинг в социальных сетях.

Предмет исследования: оценка результативности использования социальных сетей ООО «Ле Рой» как инструмента интернет-маркетинга.

Методы исследования: метод систематизации и логического обобщения информации, метод сравнительного анализа, метод группировок, метод коэффициентов, методы наглядного отображения информации и др.

Область возможного применения: маркетинговая деятельность ООО «Ле Рой».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого объекта, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 89 p., 12 tables, 16 pictures, 63 sources, 2 app.

INTERNET MARKETING, INTERNET MARKETING TOOLS, SOCIAL NETWORKS, MARKETING FUNCTIONS, ONLINE PROMOTION

The aim of the thesis is to develop of proposals for the improvement of the efficiency of using social networks of Le Roy LLC as a tool for Internet marketing.

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

- 1) study the theoretical foundations of Internet marketing in social networks;
- 2) identify types of social networks, their features and performance indicators;
- 3) determine the characteristics of the marketing functions of social networks;
- 4) consider the regulatory legal documents governing Internet marketing in the Republic of Belarus;
- 5) analyze the organizational and economic characteristics of Le Roy LLC;
- 6) analyze the use of Internet marketing tools at Le Roy LLC;
- 7) assess the effectiveness of using social networks as an Internet marketing tool for Le Roy LLC.

Object of research: Internet marketing in social networks

Subject of research: assessing the effectiveness of using social networks Le Roy LLC as an Internet marketing tool.

Methods: method of systematization and logical generalization of information, method of comparative analysis, method of groupings, method of coefficients, methods of visual display of information, etc.

Realm of the possible practical applications: marketing activities of Le Roy LLC.

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

Дыпломная праца: 89 с., 12 табл., 16 мал., 63 крын., 2 прым.

ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, ІНСТРУМЕНТЫ ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГА, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ФУНКЦЫІ, АНЛАЙН-РУХ

Мэтай дыпломнай работы з'яўляецца распрацоўка прапаноў па павышэнню эфектыўнасці выкарыстання сацыяльных сетак ТАА «Ле Рой» як інструмента інтэрнэт-маркетынгу.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- 1) вывучыць тэарэтычныя асновы інтэрнэт-маркетынгу ў сацыяльных сетках;
- 2) выявіць віды сацыяльных сетак, іх асаблівасці і паказчыкі эфектыўнасці;
- 3) вызначыць характарыстыкі маркетынговых функцый сацыяльных сетак;
- 4) разгледзець нарматыўныя прававыя дакументы, якія рэгулююць інтэрнэт-маркетынг у Рэспубліцы Беларусь;
- 5) прааналізаваць арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ТАА «Ле Рой»;
- 6) прааналізаваць выкарыстанне інструментаў інтэрнэт-маркетынгу ў ТАА «Ле Рой»;
- 7) ацаніць эфектыўнасць выкарыстання сацыяльных сетак як інструмента інтэрнэт-маркетынгу ТАА «Ле Рой».

Аб'ектам даследавання: інтэрнэт-маркетынг у сацыяльных сетках.

Прадметам даследавання: ацэнка рэзультатыўнасці выкарыстання сацыяльных сетак ТАА «Ле Рой» як інструмента інтэрнэт-маркетынгу.

Метады даследавання: метады сістэматызацыі і лагічнага абагульнення інфармацыі, метады параўнальнага аналізу, метады груповых, метады каэфіцыентаў, метады нагляднага адлюстравання інфармацыі і інш.

Галіна магчымага прымянення: маркетынговая дзейнасць ТАА «Ле Рой».

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