

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМНОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГЛУБОКСКИЙ
МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»)**

МУШКАТ Даниил Дмитриевич

Научный руководитель
Самусевич Владимир Петрович
Кандидат психологических наук, доцент

Минск, 2025

Дипломная работа: 74 с., 17 рис., 25 таб., 50 источников.

ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ, SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ

Цель работы: разработка совершенствований цифровой рекламной стратегии для ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».

Объект исследования: цифровая рекламная стратегия ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».

Предмет исследования: совершенствование цифровой рекламной стратегии ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат» для усиления рыночных позиций и увеличения продаж.

Методы исследования: SWOT- и PEST-анализ, сегментация целевой аудитории, А/В-тестирование рекламных кампаний.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы цифрового маркетинга и рекламных стратегий, проведён анализ текущей цифровой рекламной деятельности ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат», включая оценку сайта, социальных сетей и маркетплейсов, разработаны рекомендации по оптимизации контент-стратегии, внедрению интерактивных форматов и усилению присутствия в социальных сетях.

Область возможного применения: ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат», а также иные организации Республики Беларусь.

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 праца: 74 с., 17 мал., 25 таб., 50 крыніц.

ЛІЧБАВАЯ РЭКЛАМНАЯ СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГОВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, КАНТЭНТ-МАРКЕТЫНГ, SEO-АПТЫМІЗАЦЫЯ

Мэта працы: распрацоўка удасканаленняў лічбавай рэкламнай стратэгіі для ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат».

Аб'ект даследавання: лічбавая рэкламная стратэгія ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат»..

Прадмет даследавання: удасканаленне лічбавай рэкламнай стратэгіі ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат " для ўзмацнення рынковых пазіцый і павелічэння продажаў.

Метады даследавання: SWOT- і PEST- аналіз, сегментацыя мэтай аўдыторыі, А/В-тэставанне рэкламных кампаній.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя асновы лічбавага маркетынгу і рэкламных стратэгий, праведзены аналіз бягучай лічбавай рэкламнай дзейнасці ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат», уключаючы ацэнку сайта, сацыяльных сетак і маркетплейсов, распрацаваны рэкамендацыі па аптымізацыі кантэнт-стратэгіі, укараненню інтэрактыўных фарматаў і ўзмацненню прысутнасці ў сацыяльных сетках.

Вобласць магчымага прымянення: ААТ "Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат", а таксама іншыя арганізацыі Рэспублікі Беларусь.

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.

Graduate work: 74 pages, 17 figures, 25 tables, 50 sources.

DIGITAL ADVERTISING STRATEGY, MARKETING COMMUNICATIONS, TARGET AUDIENCE, SOCIAL MEDIA, CONTENT MARKETING, SEO OPTIMIZATION

The purpose of the work: to develop improvements to the digital advertising strategy for JSC Glubokoe Dairy and Cannery Plant.

The object of the research is the digital advertising strategy of JSC Glubokoe Dairy and Cannery Plant.

The subject of the research is the improvement of the digital advertising strategy of JSC Glubokoe Dairy and Cannery Plant in order to strengthen market positions and increase sales.

Research methods: SWOT and PEST analysis, target audience segmentation, A/B testing of advertising campaigns.

Research and development: the theoretical foundations of digital marketing and advertising strategies have been studied, the analysis of the current digital advertising activities of JSC Glubokoe Dairy and Cannery Plant has been carried out, including the evaluation of the website, social networks and marketplaces, recommendations have been developed for optimizing the content strategy, introducing interactive formats and strengthening the presence on social networks.

Possible application area: JSC Glubokoe Dairy Cannery, as well as other organizations of the Republic of Belarus.

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