

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis Paper Summary

**THE USE OF SOCIAL MEDIA MARKETING TO INCREASE BRAND
AWARENESS (USING THE EXAMPLE OF ALC «ENECA»)**

PISARCHIK Anastasiya Sergeevna

Scientific supervisor
Nichkasova Yuliya Olegovna
Candidate of Economic Sciences, PhD in Finance, Associate Professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 88 с., 37 рис., 10 таб., 72 источника, 7 прил..

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ, B2B, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, SMM-СТРАТЕГИЯ

Цель исследования: разработать рекомендации по повышению эффективности маркетинга в социальных сетях ОДО «ЭНЭКА».

Объект исследования: деятельность ОДО «ЭНЭКА».

Предмет исследования: маркетинговые мероприятия в социальных сетях для повышения узнаваемости бренда ОДО «ЭНЭКА».

Методы исследования: обзор литературы, качественные и количественные методы, метод анализа финансовой отчетности (горизонтальный), описание, бенчмаркинг; А/В тестирование, наблюдение и др.

Область возможного применения: предложенные мероприятия по повышению эффективности маркетинга в социальных сетях могут быть использованы в деятельности ОДО «ЭНЭКА» для повышения узнаваемости бренда компании и обеспечения ее устойчивого развития.

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., 37 мал., 10 табл., 7 крыніц, 7 дадаткаў.

САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, МАРКЕТЫНГ У САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАХ, SMM ПРАСОЎВАННЕ, B2B, ІНТЭРНЭТ МАРКЕТЫНГ, SMM СТРАТЭГІЯ

Мэта даследавання: распрацаваць рэкамендацыі па павышэнні эфектыўнасці маркетынгу ў сацыяльных сетках ТДА «ЭНЭКА».

Аб'ект даследавання: дзейнасць ТДА «ЭНЭКА».

Прадмет даследавання: маркетынжавыя мерапрыемствы ў сацыяльных сетках для павышэння пазнавальнасці брэнда ТДА «ЭНЭКА».

Метады даследавання: агляд літаратуры, якасныя і колькасныя метады, метады аналізу фінансавай справаздачнасці (гарызантальны), апісанне, бенчмаркінг; А/В тэставанне, назіранне і інш.

Вобласць магчымага прымянення: прапанаваныя мерапрыемствы па павышэнню эфектыўнасці маркетынгу ў сацыяльных сетках могуць быць выкарыстаны ў дзейнасці ТДА «ЭНЭКА» для павышэння пазнавальнасці брэнда кампаніі і забеспячэння яе ўстойлівага развіцця.

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., 37 fig., 10 tabl., 72 sources, 7 app.

SOCIAL MEDIA, SOCIAL MEDIA MARKETING, SMM PROMOTION,
B2B, DIGITAL MARKETING, SMM STRATEGY

Purpose of the research: to develop project recommendations to improve the effectiveness of the marketing in social media of the ALC «ENECA».

Object of the research: activities of ALC «ENECA».

Subject of the research: social media marketing activities for the ALC «ENECA» brand awareness.

Research methods: literature review, qualitative and quantitative methods, financial statement analysis method (horizontal), descriptive method, benchmarking; A/B testing, observation, etc.

Area of possible application: the proposed measures to improve the effectiveness of social media marketing can be used in the activities of ALC «ENECA» to increase the company's brand awareness and ensure its sustainable development.

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