

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ
МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО
«СКАЙХОУМ»)**

ГЛАЗКО Анита Алексеевна

Научный руководитель
Гончаренок Диана Георгиевна,
старший преподаватель

Минск, 2025

Дипломная работа: 72с., 4 рис., 14 таб., 50 источников, 5 прил.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, РЕКЛАМНАЯ АКТИВНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Цель исследования: разработка эффективной системы рекламной деятельности в рамках маркетинговой стратегии ООО «СкайХоум» для повышения конкурентоспособности компании на рынке и улучшения финансовых показателей.

В рамках достижения цели работы автором были поставлены следующие задачи:

Изучить теоретические основы рекламной деятельности и её роли в маркетинговой стратегии компании.

Проанализировать цели, принципы и инструменты рекламы в контексте белорусского законодательства и рыночных условий.

Исследовать влияние рекламных кампаний на достижение маркетинговых целей.

Провести анализ текущих бизнес-процессов и маркетинговой деятельности компании ООО «СкайХоум».

Оценить эффективность используемых каналов продвижения, включая Instagram, партнёрства и офлайн-мероприятия.

Рассчитать показатели конверсии продаж за 2022–2024 гг. и выявить динамику.

Разработать рекомендации по оптимизации маркетинговой стратегии и повышению эффективности рекламной деятельности.

Объект исследования: деятельность ООО «СкайХоум».

Предмет исследования: организация рекламной деятельности, ее роль и влияние на маркетинговую стратегию компании ООО «СкайХоум».

Методы исследования: анализ маркетинговой и рекламной активности компании, изучение внутренних и внешних факторов, влияющих на рекламную деятельность, а также методы сравнительного анализа и оценки эффективности рекламных кампаний.

Исследования и разработки: проведен анализ текущей рекламной деятельности ООО «СкайХоум», рассмотрены основные каналы привлечения клиентов, а также эффективность их использования. Выявлены ключевые проблемы в рекламной стратегии компании, разработаны рекомендации по оптимизации рекламной стратегии и внедрение новых рекламных инструментов.

Область возможного практического применения: результаты и рекомендации могут быть использованы не только ООО «СкайХоум», но и другими компаниями в сфере услуг и строительства, стремящимися

оптимизировать свои рекламные процессы и улучшить маркетинговую эффективность.

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней материалы объективно отражают состояние предприятия, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические положения и практические разработки сопровождаются ссылками на авторов.

Дыпломная праца: 72с., 4 мал., 14 таб., 50 крыніц, 5 прыл.

МАРКЕТЫНГ, РЭКЛЯМА, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, РЭКЛАМНАЯ АКТЫЎНАСЦЬ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ БІЗНЭС-ПРАЦЭСАЎ

Мэта даследавання: распрацоўка эфектыўнай сістэмы рэкламнай дзейнасці ў рамках маркетынгавай стратэгіі ТАА "СкайХоум" для павышэння канкурэнтаздольнасці кампаніі на рынку і паляпшэння фінансавых паказчыкаў.

У рамках дасягнення мэты працы аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- 1) Вывучыць тэарэтычныя асновы рэкламнай дзейнасці і яе ролі ў маркетынгавай стратэгіі кампаніі.
- 2) Прааналізаваць мэты, прынцыпы і інструменты рэкламы ў кантэксце беларускага заканадаўства і рыначных умоў.
- 3) Даследаваць уплыў рэкламных кампаній на дасягненне маркетынгавых мэт.
- 4) Правесці аналіз бягучых бізнес-працэсаў і маркетынгавай дзейнасці кампаніі ТАА "СкайХоум".
- 5) Ацаніць эфектыўнасць каналаў прасоўвання, якія выкарыстоўваюцца, уключаючы Instagram, партнёрствы і афлайн-мерапрыемствы.
- 6) Разлічыць паказчыкі канверсіі продажаў за 2022-2024 гг. і выявіць дынаміку.
- 7) Распрацаваць рэкамендацыі па аптымізацыі маркетынгавай стратэгіі і павышэнні эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці.

Аб'ект даследавання: дзейнасць ТАА «СкайХоум».

Прадмет даследавання: арганізацыя рэкламнай дзейнасці, яе роля і ўплыў на маркетынгавую стратэгію кампаніі ТАА «СкайХоум».

Метады даследавання: аналіз маркетынгавай і рэкламнай актыўнасці кампаніі, вывучэнне ўнутраных і знешніх фактараў, якія ўплываюць на рэкламную дзейнасць, а таксама метады параўнальнага аналізу і адзнакі эфектыўнасці рэкламных кампаній.

Даследаванні і распрацоўкі: праведзены аналіз бягучай рэкламнай дзейнасці ТАА "СкайХоум", разгледжаны асноўныя каналы прыцягнення кліентаў, а таксама эфектыўнасць іх выкарыстання. Выяўлены ключавыя праблемы ў рэкламнай стратэгіі кампаніі, распрацаваны рэкамендацыі па аптымізацыі рэкламнай стратэгіі і ўкараненне новых рэкламных інструментаў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі і рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны не толькі ТАА "СкайХоум", але і іншымі кампаніямі ў сферы паслуг і будаўніцтва, якія імкнуцца аптымізаваць свае рэкламныя працэсы і паляпшыць маркетынгавую эфектыўнасць.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзеныя ў ёй матэрыялы аб'ектыўна адлюстроўваюць стан прадпрыемства, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя становішчы і практычныя распрацоўкі суправаджаюцца спасылкамі на аўтараў.

Diploma work: 72 pages, 4 figures, 14 tables, 50 sources, 5 appendices.

MARKETING, ADVERTISING, MARKETING STRATEGY, ADVERTISING ACTIVITIES, BUSINESS PROCESS EFFICIENCY

The purpose of the study: development of an effective advertising system within the framework of the marketing strategy of SkyHome LLC to increase the company's competitiveness in the market and improve financial performance.

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

- 1) To study the theoretical foundations of advertising and its role in the company's marketing strategy.
- 2) To analyze the goals, principles and tools of advertising in the context of Belarusian legislation and market conditions.
- 3) To study the impact of advertising campaigns on the achievement of marketing goals.
- 4) To analyze the current business processes and marketing activities of SkyHome LLC.
- 5) Assess the effectiveness of the promotion channels used, including Instagram, partnerships and offline events.
- 6) Calculate sales conversion rates for 2022–2024 and identify the dynamics.
- 7) Develop recommendations for optimizing the marketing strategy and increasing the effectiveness of advertising activities.

Research object: activities of SkyHome LLC.

Research subject: organization of advertising activities, their role and impact on the marketing strategy of SkyHome LLC.

Research methods: analysis of the company's marketing and advertising activities, study of internal and external factors influencing advertising activities, as well as methods of comparative analysis and evaluation of the effectiveness of advertising campaigns.

Research and development: an analysis of the current advertising activities of SkyHome LLC was conducted, the main channels for attracting customers were considered, as well as the effectiveness of their use. Key problems in the company's advertising strategy were identified, recommendations were developed for optimizing the advertising strategy and introducing new advertising tools.

Area of possible practical application: the results and recommendations can be used not only by SkyHome LLC, but also by other companies in the service and construction sectors seeking to optimize their advertising processes and improve marketing efficiency. The author of the work confirms that the materials presented in it objectively reflect the state of the enterprise, and all theoretical provisions and

practical developments borrowed from literary and other sources are accompanied by references to the authors.