

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
«SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY»**

CHAIR OF MARKETING

Diploma work summary

**DIGITAL CHANNELS OF INTERNATIONAL
MARKETING COMMUNICATIONS OF THE ORGANIZATION
AND EVALUATION OF THEIR EFFECTIVENESS**

ANDRUSHOVA Iryna Alegauna

Scientific supervisor

Liaghanskaya Palina Vladimirovna
candidate of Art History, associate professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 65 с., 4 рис., 6 табл., 55 источников, 3 прилож.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ЦИФРОВЫЕ КАНАЛЫ, ВЕБ-САЙТ, SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ

Цель исследования: разработка предложений по повышению результативности цифровых каналов международных маркетинговых коммуникаций организации ОАО «Борисовхлебпром» филиал «Вилейский хлебозавод».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. изучить теоретические основы цифровых каналов международных маркетинговых коммуникаций;
2. выявить и проанализировать опыт разработки цифровых каналов международных маркетинговых коммуникаций;
3. проанализировать экономическую деятельность и маркетинговую стратегию ОАО «Борисовхлебпром» филиал «Вилейский хлебозавод» на международном рынке;
4. оценить эффективность использования цифровых каналов международных маркетинговых коммуникаций ОАО «Борисовхлебпром» филиал «Вилейский хлебозавод»;
5. разработать предложения по повышению эффективности цифровых каналов международных маркетинговых коммуникаций для ОАО «Борисовхлебпром» филиал «Вилейский хлебозавод».

Объект исследования: цифровые каналы международных маркетинговых коммуникаций.

Предмет исследования: цифровые каналы международных маркетинговых коммуникаций организации ОАО «Борисовхлебпром» филиал «Вилейский хлебозавод».

Методы исследования: аналитический, метод теоретического анализа и обобщения научной литературы, описательный метод.

Область возможного применения: предложенные в исследовании рекомендации могут быть использованы для совершенствования использования цифровых каналов международных маркетинговых коммуникаций организации ОАО «Борисовхлебпром» филиал «Вилейский хлебозавод».

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: 65 с., 4 мал., 6 табл., 55 крыніц, 3 дадат.

МІЖНАРОДНЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, ЛІЧБАВЫЯ КАНАЛЫ, ВЭБ-САЙТ, SEO-АПТЫМІЗАЦЫЯ

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па павышэнні рэзультатыўнасці лічбавых каналаў міжнародных маркетынгавых камунікацый арганізацыі ААТ «Барысаўхлебпрам» філіял «Вілейскі хлебазавод».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. вывучыць тэарэтычныя асновы лічбавых каналаў міжнародных маркетынгавых камунікацый;
2. выявіць і прааналізаваць вопыт распрацоўкі лічбавых каналаў міжнародных маркетынгавых камунікацый;
3. прааналізаваць эканамічную дзейнасць і маркетынгавую стратэгію ААТ «Барысаўхлебпрам» філіял «Вілейскі хлебазавод» на міжнародным рынку;
4. ацаніць эфектыўнасць выкарыстання лічбавых каналаў міжнародных маркетынгавых камунікацый ААТ «Барысаўхлебпрам» філіял «Вілейскі хлебазавод»;
5. распрацаваць прапановы па павышэнні эфектыўнасці лічбавых каналаў міжнародных маркетынгавых камунікацый для ААТ «Барысаўхлебпрам» філіял «Вілейскі хлебазавод».

Аб'ект даследавання: лічбавыя каналы міжнародных маркетынгавых камунікацый.

Прадмет даследавання: лічбавыя каналы міжнародных маркетынгавых камунікацый арганізацыі ААТ «Барысаўхлебпрам» філіял «Вілейскі хлебазавод».

Метады даследавання: аналітычны, метады тэарэтычнага аналізу і абагульненні навуковай літаратуры, апісальны метады.

Вобласць магчымага прымянення: прапанаваны ў даследаванні рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны для ўдасканалення выкарыстання лічбавых каналаў міжнародных маркетынгавых камунікацый арганізацыі ААТ «Барысаўхлебпрам» філіял «Вілейскі хлебазавод».

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.

Diploma work: 65 p., 4 figures, 6 tables, 55 sources, 3 appendices
INTERNATIONAL COMMUNICATIONS, DIGITAL CHANNELS, WEB-SITE, SEO-OPTIMIZATION

The purpose of the study: development of proposals to improve the effectiveness of digital channels of international marketing communications of the organization JSC «Borisovkhlebprom» branch «Vileysky bakery plant».

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

1. to study the theoretical foundations of digital channels of international marketing communications;
2. to identify and analyze the experience of developing digital channels of international marketing communications;
3. to analyze the economic activity and marketing strategy of JSC «Borisovkhlebprom» branch «Vileysky bakery plant», in the international market;
4. to evaluate the effectiveness of using digital channels of international marketing communications of JSC «Borisovkhlebprom» branch «Vileysky bakery plant»;
5. to develop proposals to improve the effectiveness of digital channels of international marketing communications for JSC «Borisovkhlebprom» branch «Vileysky bakery plant».

Object of research: digital channels of international marketing communications.

Subject of research: digital channels of international marketing communications of the organization JSC «Borisovkhlebprom» branch «Vileysky bakery plant».

Research methods: analytical, method of theoretical analysis and generalization of scientific literature, descriptive method.

Area of possible application: The recommendations proposed in the study can be used to improve the use of digital channels of international marketing communications of the organization JSC «Borisovkhlebprom» branch «Vileysky bakery plant».

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