

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

CHAIR OF MARKETING

Diploma work summary

**DEVELOPMENT OF A DIGITAL ADVERTISING CAMPAIGN AND
EVALUATION OF ITS RESULTS**

SAUCHANKA Mikhail Igaravich

Scientific supervisor
Liazhanskaya Polina Uladzimirauna
candidate of art History, associate professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 49 с., 1 рис., 15 табл., 55 источника, 5 прилож.

МАРКЕТИНГ, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Цель исследования: разработать предложения по повышению результативности комплекса международного маркетинга СООО «Ингман мороженое».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. изучить теоретические основы цифровой трансформации комплекса международного маркетинга;
2. проанализировать современные технологии и инструменты, используемые в процессе цифровой трансформации международного маркетинга и оценить ее эффективность;
3. оценить эффективность комплекса международного маркетинга СООО «Ингман мороженое»;
4. разработать предложения по повышению эффективности цифровой трансформации комплекса международного маркетинга СООО «Ингман мороженое».

Объект исследования: комплекс международного маркетинга.

Предмет исследования: цифровая трансформация комплекса международного маркетинга СООО «Ингман мороженое».

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

Область возможного применения: рекомендации, разработанные в рамках данного исследования, могут быть использованы для повышения эффективности международной маркетинговой деятельности СООО «Ингман мороженое» путем внедрения современных цифровых коммуникационных инструментов, способствующих расширению присутствия компании на зарубежных рынках.

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: 49 с., 1 мал., 15 табл., 55 крыніцы, 5 дадат.

МАРКЕТЫНГ, ЦИФРАВЫ МАРКЕТЫНГ, МИЖНАРОДНЫ МАРКЕТЫНГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГА.

Мэта даследавання: распрацаваць прапановы па павышэнні рэзультатыўнасці комплексу міжнароднага маркетынгу СТАА «Інгман марожанае» .

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. вывучыць тэарэтычныя асновы лічбавай трансфармацыі комплексу міжнароднага маркетынгу;
2. прааналізаваць сучасныя тэхналогіі і інструменты, якія выкарыстоўваюцца ў працэсе лічбавай трансфармацыі міжнароднага маркетынгу і ацаніць яе эфектыўнасць;
3. ацаніць эфектыўнасць комплексу міжнароднага маркетынгу СТАА «Інгман марожанае»;
4. распрацаваць прапановы па павышэнні эфектыўнасці лічбавай трансфармацыі комплексу міжнароднага маркетынгу СТАА «Інгман марожанае».

Аб'ект даследавання: комплекс міжнароднага маркетынгу.

Прадмет даследавання: лічбавая трансфармацыя комплексу міжнароднага маркетынгу СТАА «Інгман марожанае».

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

Вобласць магчымага прымянення: рэкамендацыі, распрацаваныя ў рамках дадзенага даследавання, могуць быць выкарыстаны для павышэння эфектыўнасці міжнароднай маркетынгавай дзейнасці СТАА "Інгман марожанае" шляхам укаранення сучасных лічбавых камунікацыйных інструментаў, якія садзейнічаюць пашырэнню прысутнасці кампаніі на замежных рынках .

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: 49 p., 1 figures, 15 tables, 55 sources, 5 appendices
MARKETING, DIGITAL MARKETING, INTERNATIONAL
MARKETING, MARKETING MIX.

The purpose of the study: development of proposals for improving the digital transformation of international marketing mix of JLLC «Ingman morozhenoe».

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

1. to explore the theoretical foundations of the digital transformation of the international marketing-mix;
2. to analyze modern technologies and tools used in the process of digital transformation of international marketing and evaluate its effectiveness;
3. to evaluate the effectiveness of the «Ingman morozhenoe» international marketing-mix;
4. to develop proposals to improve the effectiveness of the digital transformation of the JLLC «Ingman morozhenoe» international marketing-mix.

Object of research: international marketing mix.

Subject of research: digital transformation of the international marketing mix of the JLLC «Ingman morozhenoe».

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

Area of possible application: the recommendations developed in this research can be used to improve the effectiveness of international marketing activities of JLLC «Ingman morozhenoe» through the implementation of modern digital communication tools, contributing to the expansion of its presence on foreign markets.

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.