

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА СУБЪЕКТА
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

АВДЕЕВА Ксения Александровна

**Руководитель
Мармашова Светлана Прокопьевна,
старший преподаватель**

Минск, 2025

Дипломная работа: 76 с., 6 рис., 15 табл., 51 источник, 3 прил.

МАРКЕТИНГ, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА, КАНАЛЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА, ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА

Цель исследования: разработка предложений по развитию цифрового маркетинга ОАО «Минский тракторный завод».

Объект исследования: цифровой маркетинг.

Предмет исследования: цифровой маркетинг в деятельности ОАО «Минский тракторный завод».

Методы исследования: расчетный метод, методы аналогии, обобщения, экспертных оценок, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: дана теоретическая характеристика сущности, функций, целей цифрового маркетинга; дана оценка результативности цифрового маркетинга в ОАО «Минский тракторный завод»; предложены направления совершенствования цифрового маркетинга в ОАО «Минский тракторный завод».

Область возможного практического применения: организации Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней фактический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 76 p., 6 figures, 15 tables, 51 sources, 3 appendices.

MARKETING, DIGITAL MARKETING, DIGITAL MARKETING TOOLS,
DIGITAL MARKETING CHANNELS, WEBSITE OPTIMIZATION

The purpose of the study: to develop proposals for the development of digital marketing of JSC Minsk Tractor Works.

The object of research: digital marketing.

Subject of the research: digital marketing in the activities of JSC Minsk Tractor Works.

Research methods: computational method, methods of analogy, generalization, expert assessments, SWOT analysis.

Research and development: a theoretical description of the essence, functions, and goals of digital marketing is given; an assessment of the effectiveness of digital marketing in JSC Minsk Tractor Works is given; directions for improving digital marketing in JSC Minsk Tractor Works are proposed.

Field of possible practical application: organizations of the Republic of Belarus.

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

Дыпломная праца: 76 с., 6 мал., 15 табл., 51 крыніца, 3 прым.

МАРКЕТЫНГ, ЛІЧБАВЫ МАРКЕТЫНГ, ІНСТРУМЕНТЫ ЛІЧБАВОГО МАРКЕТЫНГУ, КАНАЛЫ ЛІЧБАВОГО МАРКЕТЫНГУ, АПТЫМІЗАЦЫЯ САЙТА

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па развіцці лічбавага маркетынгу ААТ «Мінскі трактарны завод».

Аб'ект даследавання: лічбавы маркетынг.

Прадмет даследавання: лічбавы маркетынг у дзейнасці ААТ «Мінскі трактарны завод».

Метады даследавання: Разліковы метады, метады аналогіі, абагульнення, экспертных ацэнак, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: дадзена тэарэтычная характарыстыка сутнасці, функцый, мэты лічбавага маркетынгу; дадзена ацэнка выніковасці лічбавага маркетынгу ў ААТ «Мінскі трактарны завод»; прапанаваны напрамкі ўдасканалення лічбавага маркетынгу ў ААТ «Мінскі трактарны завод».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: арганізацыі Рэспублікі Беларусь.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй фактычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.