

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**КАНАЛЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ
И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

КОВАЛЁВА Мария Андреевна

**Руководитель
Лежанская Полина Владимировна,
кандидат искусствоведения, доцент**

Минск, 2025

Дипломная работа: 68 с., 15 рис., 6 табл., 58 источников, 4 прил.

КАНАЛЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, ИНТЕРНЕТ, SMM, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЕКЛАМА, ТАРГЕТ

Цель исследования: разработка предложений по повышению эффективности использования каналов маркетинговых коммуникаций в сети Интернет ООО «Модульная мебель».

Объект исследования: маркетинговые коммуникации в сети Интернет.

Предмет исследования: каналы маркетинговых коммуникаций в сети Интернет ООО «Модульная мебель».

Методы исследования: общенаучные (анализ и синтез, сравнение и обобщение) и конкретные методы (сравнительный и др.), а также совокупность принципов научного исследования (объективность, ценностный подход).

Исследования и разработки: исследованы теоретические аспекты каналов маркетинговых коммуникаций в сети Интернет; проведен анализ использования каналов маркетинговых коммуникаций в сети Интернет в ООО «Модульная мебель»; разработаны мероприятия, направленные на повышение эффективности использования каналов маркетинговых коммуникаций в сети Интернет в ООО «Модульная мебель».

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.

Diploma work: 68 p., 15 figures, 6 tables, 58 sources, 4 appendices.

MARKETING COMMUNICATION CHANNELS, INTERNET, SMM, PROMOTION, EFFICIENCY, ADVERTISING, TARGET

The purpose of the research: development of proposals to improve the efficiency of using marketing communications channels on the Internet by Modular Furniture LLC.

The object of research: marketing communications on the Internet.

Research subject: marketing communications channels on the Internet of Modular Furniture LLC.

Research methods: general scientific (analysis and synthesis, comparison and generalization) and specific methods (comparative, etc.), as well as a set of principles of scientific research (objectivity, value approach).

Research and development: the theoretical aspects of marketing communication channels on the Internet have been investigated; the use of marketing communication channels on the Internet in Modular Furniture LLC has been analyzed; measures have been developed to increase the effectiveness of using marketing communication channels on the Internet in Modular Furniture LLC.

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: 68 с., 15 мал., 6 табл., 58 крыніц, 4 прым.

КАНАЛЫ МАРКЕТЫНГАВЫХ КАМУНІКАЦЫЙ, ІНТЭРНЭТ, SMM, ПРАСОЎВАННЕ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, РЭКЛАМА, ТАРГЕТ

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па павышэнні эфектыўнасці выкарыстання каналаў маркетынговых камунікацый у сетцы Інтэрнэт ТАА «Модульная мэбля».

Аб'ект даследавання: маркетынговыя камунікацыі ў сетцы Інтэрнэт.

Прадмет даследавання: каналы маркетынговых камунікацый у сетцы Інтэрнэт ТАА «Модульная мэбля».

Метады даследавання: агульнанавуковыя (аналіз і сінтэз, параўнанне і абагульненне) і канкрэтныя метады (параўнальны і інш.), а таксама сукупнасць прынцыпаў навуковага даследавання (аб'ектыўнасць, каштоўнасць падыход).

Даследаванні і распрацоўкі: даследаваны тэарэтычныя аспекты каналаў маркетынговых камунікацый ў сетцы Інтэрнэт; праведзены аналіз выкарыстання каналаў маркетынговых камунікацый ў сетцы Інтэрнэт у ТАА «Модульная мэбля»; распрацаваны мерапрыемствы, накіраваныя на павышэнне эфектыўнасці выкарыстання каналаў маркетынговых камунікацый ў сетцы Інтэрнэт у ТАА «Модульная мэбля».

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.