

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

КОШЕЛЬ Дарья Владимировна

**ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РАЗВИТИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
И. А. Добромудрова

Допущена к защите
«___» _____ 2025 г.

Зав. кафедрой маркетинга
к.э.н., доцент
_____ Н. В. Черченко

Минск, 2025

Дипломная работа: 71 с., 23 рис., 11 табл., 62 источника.

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ,
ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ИНТЕРНЕТ-
МАРКЕТИНГ, КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ.

Целью исследования является разработка предложений по развитию цифровых маркетинговых коммуникаций УП «Минское отделение БелТПП».

Объект исследования: цифровые маркетинговые коммуникации.

Предмет исследования: цифровые маркетинговые коммуникации УП «Минское отделение БелТПП».

Методы исследования: общенаучные.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических аспектов цифровых маркетинговых коммуникаций была определена их сущность, цели, классификация, методы оценки их эффективности, а также рассмотрены регулирующие нормативно-правовые документы. Был рассмотрен опыт использования цифровых маркетинговых коммуникаций белорусскими и зарубежными компаниями. Был осуществлён анализ деятельности УП «Минское отделение БелТПП» в области цифровых маркетинговых коммуникаций. На основе полученных данных разработаны предложения, направленные на совершенствование комплекса цифровых маркетинговых коммуникаций отделения.

Область возможного практического применения: практическая деятельность УП «Минское отделение БелТПП»

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 праца: 71 с., 22 мал., 11 табл., 62 крыніц.

ЛІЧБАВЫ МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ,
ЛІЧБАВЫЯ МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, ІНТЭРНЭТ-
МАРКЕТЫНГ, КАНТЭНТ-МАРКЕТЫНГ.

Мэтай даследавання з'яўляецца распрацоўка прапаноў па развіцці
лічбавых маркетынгавых камунікацый УП»Мінскае аддзяленне БелГПП".

Аб'ект даследавання: лічбавыя маркетынгавыя камунікацыі.

Прадмет даследавання: лічбавыя маркетынгавыя камунікацыі
УП»Мінскае аддзяленне БелГПП".

Метады даследавання: Агульнанавуковыя.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных аспектаў
лічбавых маркетынгавых камунікацый была вызначана іх сутнасць, мэты,
класіфікацыя, метады ацэнкі іх эфектыўнасці, а таксама разгледжаны
рэгулююць нарматыўна-прававыя дакументы. Быў разгледжаны вопыт
выкарыстання лічбавых маркетынгавых камунікацый беларускімі і замежнымі
кампаніямі. Быў ажыццёўлены аналіз дзейнасці УП» Мінскае аддзяленне
БелГПП " у галіне лічбавых маркетынгавых камунікацый. На аснове
атрыманых дадзеных распрацаваны прапановы, накіраваныя на ўдасканаленне
комплексу лічбавых маркетынгавых камунікацый аддзялення.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычная дзейнасць УП
" Мінскае аддзяленне БелГПП»

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.

Thesis: 71 p., 22 pict., 11 tables, 62 sources.

DIGITAL MARKETING, MARKETING COMMUNICATIONS, DIGITAL MARKETING COMMUNICATIONS, INTERNET MARKETING, CONTENT MARKETING.

The aim of the study is to develop proposals for the development of digital marketing communications of the UE "Minsk Branch of the BelCCI".

Object of the study: digital marketing communications.

Subject of the study: digital marketing communications of the UE "Minsk Branch of the BelCCI".

Research methods: general scientific.

Research and development: based on the study of the theoretical aspects of digital marketing communications, their essence, goals, classification, methods for assessing their effectiveness were determined, and regulatory legal documents were considered. The experience of using digital marketing communications by Belarusian and foreign companies was considered. An analysis of the activities of the UE "Minsk Branch of the BelCCI" in the field of digital marketing communications was carried out. Based on the data obtained, proposals were developed aimed at improving the complex of digital marketing communications of the branch. Area of possible practical application: practical activities of the UP "Minsk branch of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry"

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