

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

ЛЯХ Владимир Витальевич

**Руководитель
Хмель Сергей Александрович
старший преподаватель**

Минск, 2025

Дипломная работа: 50 стр., 5 рис., 7 табл., 80 источников
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, МАРКЕТИНГ, ЦИФРОВАЯ
ТРАНСФОРМАЦИЯ, ПРЕДИКТИВНАЯ АНАЛИТИКА, B2B-СЕКТОР,
ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Цель исследования: разработка предложений по использованию искусственного интеллекта в маркетинге на ООО «Альфасад».

Объект исследования: искусственный интеллект в маркетинге.

Предмет исследования: особенности использования искусственного интеллекта в ООО «Альфасад».

Методы исследования: анализ, обобщение, сравнение, экономико-статистический метод, расчёт показателей эффективности, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических аспектов применения ИИ в маркетинге и анализа деятельности ООО «Альфасад» выявлены ключевые направления цифровой трансформации, включая использование чат-ботов, аналитики маркетинговых площадок, генерации контента и анализа отзывов. Разработаны предложения по внедрению предиктивной аналитики и ИИ в систему внутреннего маркетинга предприятия.

Область возможного применения: практические рекомендации могут быть использованы для оптимизации маркетинговой деятельности ООО «Альфасад».

Автор работы подтверждает, что приведённый в ней анализ и предложения обладают практической значимостью и могут быть адаптированы для других коммерческих структур. Работа выполнена с опорой на отечественные и международные источники, официальные документы, а также на статистику и материалы компании ООО «Альфасад».

Дыпломная праца: 50 стар., 5 мал., 7 табл., 80 крыніц
ШТУЧНЫ ІНТЭЛЕКТ, МАРКЕТЫНГ, ЛІЧБАВАЯ ТРАНСФАРМАЦЫЯ,
ПРЭДЫКТЫЎНАЯ АНАЛІТЫКА, В2В-СЕКТАР, ЛІЧБАВЫ МАРКЕТЫНГ

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па выкарыстанні штучнага інтэлекту ў маркетынгу на ТАА «Альфасад».

Аб'ект даследавання: штучны інтэлект у маркетынгу.

Прадмет даследавання: асаблівасці выкарыстання штучнага інтэлекту ў ТАА «Альфасад».

Метады даследавання: аналіз, абагульненне, параўнанне, эканоміка-статыстычны метады, разлік паказчыкаў эфектыўнасці, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных аспектаў прымянення ШІ ў маркетынгу і аналізу дзейнасці ТАА «Альфасад» выяўлены ключавыя напрамкі лічбавай трансфармацыі, уключаючы выкарыстанне чат-ботаў, аналітыкі маркетплейсов, генерацыі кантэнту і аналізу водгукаў. Распрацаваны прапановы па ўкараненні прэдыктыўнай аналітыкі і ІІ ў сістэму ўнутранага маркетынгу прадпрыемства.

Вобласць магчымага прымянення: практычныя рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны для аптымізацыі маркетынгавай дзейнасці ТАА «Альфасад».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналіз і прапановы валодаюць практычнай значнасцю і могуць быць адаптаваныя для іншых камерцыйных структур. Праца выканана з апорай на айчынныя і міжнародныя крыніцы, афіцыйныя дакументы, а таксама на статыстыку і матэрыялы кампаніі ТАА «Альфасад».

Diploma work: 50 p., 5 pict., 7 tables, 80 sources

ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MARKETING, DIGITAL TRANSFORMATION, PREDICTIVE ANALYTICS, B2B SECTOR, DIGITAL MARKETING

The purpose of the study: to develop proposals for the use of artificial intelligence in marketing at Alfasad LLC Research.

Object of research: artificial intelligence in marketing.

The subject of the research: features of the use of artificial intelligence in Alfasad LLC.

Research methods: analysis, generalization, comparison, economic and statistical method, calculation of performance indicators, SWOT analysis.

Research and development: based on the study of the theoretical aspects of the use of AI in marketing and the analysis of the activities of Alfasad LLC, key areas of digital transformation have been identified, including the use of chatbots, marketplace analytics, content generation and feedback analysis. Proposals have been developed for the implementation of predictive analytics and AI in the company's internal marketing system.

Scope of possible application: practical recommendations can be used to optimize the marketing activities of Alfasad LLC.

The author of the paper confirms that the analysis and proposals presented in it have practical significance and can be adapted for other commercial structures. The work was carried out based on domestic and international sources, official documents, as well as statistics and materials from Alfasad LLC.