

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

ПРОКОПЧИК Федор Алексеевич

Научный руководитель:
старший преподаватель,
И.А. Добромудрова

Минск, 2025

Дипломная работа: 66 с., 10 рис., 25 табл., 68 источник, 3 прил.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ,
КОММУНИКАЦИИ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ, ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ,
ТЕХНОЛОГИИ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС

Целью работы является разработка предложений по повышению эффективности использования инструментов продвижения ООО «АДВАГА» в сети интернет.

Объект исследования – теоретические аспекты инструментария продвижения продукта в сети интернет.

Предмет исследования – специфика инструментов продвижения продукта ООО «АДВАГА» в сети интернет .

Методы исследования: методы эмпирического уровня, такие как сбор и систематизация первичных данных, а также кабинетные методы, включая анализ внутренней отчетности предприятия и изучение внешней конкурентной среды.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы интернет-маркетинга; проведен анализ интернет-маркетинга в ООО «АДВАГА»; рассмотрены проблемы и перспективы развития интернет-маркетинга в ООО «АДВАГА».

Область возможного применения: маркетинговая деятельность ООО «АДВАГА».

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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Graduate work: 66 p., 10 figures, 25 tables, 68 sources, 3 app.

MARKETING, ADVERTISING, INTERNET MARKETING,
COMMUNICATIONS, DIGITALIZATION, INTERNET PROMOTION,
TECHNOLOGY, TECHNOLOGICAL PROGRESS

The purpose of the work is to develop proposals to improve the efficiency of using ADVAGA LLC's promotion tools on the Internet.

The object of the study is theoretical aspects of the toolkit for promoting a product on the Internet.

The subject of the research is specifics of the tools for promoting the product of ADVAGA LLC on the Internet.

Research methods: empirical methods, such as the collection and systematization of primary data, as well as cabinet methods, including the analysis of internal reporting of the enterprise and the study of the external competitive environment.

Research and development: the theoretical foundations of Internet marketing are considered; the analysis of Internet marketing in ADVAGA LLC is carried out; the problems and prospects of development of Internet marketing in ADVAGA LLC are considered.

Scope of possible application: the activities of LLC "ADVAGA".

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

Дыпломная праца: 66 с., 10 мал., 25 табл., 68 крын, 3 прым.

МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ,
КАМУНІКАЦЫІ, ЦЫФРАВІЗАЦЫІ, ІНТЭРНЭТ-ПРАСОЎВАННЕ,
ТЭХНАЛОГІІ, ТЭХНАЛАГІЧНЫ ПРАГРЭС

Мэтай працы з'яўляецца распрацоўка прапаноў па павышэнню эфектыўнасці выкарыстання інструментаў прасоўвання ТАА «АДВАГА» ў сетцы Інтэрнэт. Метады даследавання: метады эмпірычнага ўзроўню, такія як збор і сістэматызацыя першасных дадзеных, а таксама кабінетныя метады, уключаючы аналіз унутранай справаздачнасці прадпрыемства і вывучэнне знешняй канкурэнтнай асяроддзя.

Аб'ект даследавання – тэарэтычныя аспекты інструментара прасоўвання прадукта ў сетцы інтэрнэт.

Прадмет даследавання – спецыфіка інструментаў прасоўвання прадукта ТАА «АДВАГА» у сетцы інтэрнэт.

Метады даследавання: метады эмпірычнага ўзроўню, такія як збор і сістэматызацыя першасных дадзеных, а таксама кабінетныя метады, у тым ліку аналіз унутранай справаздачнасці прадпрыемства і вывучэнне знешняга канкурэнтнага асяроддзя.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя асновы інтэрнэт-маркетынгу; праведзены аналіз інтэрнэт-маркетынгу ў ТАА «АДВАГА»; разгледжаны праблемы і перспектывы развіцця інтэрнэт-маркетынгу ў ТАА «АДВАГА».

Вобласць магчымага прымянення: дзейнасць ТАА «АДВАГА».

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 тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.
