

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ФЕДКОВИЧ Олег Алексеевич

**СОЗДАНИЕ И РАЗВИТИЕ АГЕНТСТВА ПОЛНОГО ЦИКЛА
ПО ПРОДВИЖЕНИЮ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
старший преподаватель
И.Ф.Бурина

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура работы соответствует поставленным задачам и включает введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложения. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты создания агентств полного цикла, анализируется рынок маркетплейсов и модели сотрудничества в сфере онлайн-торговли. Вторая глава посвящена практической реализации проекта агентства «MarketMate», включая историю создания агентства, разработку бизнес-плана, маркетинговую стратегию и создание онлайн-присутствия компании. Объем дипломной работы составляет 49 страниц и включает 2 приложения и 23 использованных источника.

Ключевые слова: e-commerce, маркетплейс, рынок маркетплейсов, селлер, агентство полного цикла продвижения на маркетплейсах, услуги «под ключ», SEO-оптимизация, фулфилмент, товарная аналитика, аутсорсинг, целевая аудитория, позиционирование, маркетинговая стратегия, уникальное торговое предложение, бизнес-план.

Объектом исследования является процесс создания и продвижения агентства полного цикла в условиях цифровой экономики.

Предмет исследования включает теоретические и практические аспекты формирования бизнес-модели, маркетинговой стратегии и онлайн-присутствия агентства полного цикла.

Целью работы является разработка и обоснование бизнес-модели агентства полного цикла по продвижению на маркетплейсах на примере компании «MarketMate».

Методологическая база исследования основана на применении общенаучных методов, таких как анализ, синтез, системный подход, а также методов маркетингового анализа и анализа конкурентной среды, а также частнонаучных методов (метод глубинного интервью).

В результате работы был подробно расписан и детально показан кейс агентства полного цикла по продвижению на маркетплейсах «MarketMate». Раскрыты внутренние механизмы становления бизнеса подобного типа, а также особенности адаптации бизнес-модели к реалиям белорусского рынка, история создания агентства, особенности позиционирования, ориентация на партнёрские отношения с клиентами.

Практическая значимость работы заключается в разработке готового проекта, который может быть реализован в условиях реального рынка, а также в формулировании рекомендаций по оптимизации процессов создания и продвижения подобных агентств.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.