

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

ГЕРАСИМОВА Дарья Сергеевна

**ПРОДВИЖЕНИЕ НА РЫНКЕ
ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:

кандидат социологических наук

Е.К.Артёменко-Мельянцова

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы состоит из введения, трех глав и заключения. Первая глава теоретическая, в ней раскрываются теоретические основы продвижения программного обеспечения для организаций. Во второй главе анализируется аудитория и маркетинговые инструменты. Третья глава является практической, в которой описана программа digital-маркетинга для проекта компании-разработчика программного обеспечения ООО «Беладев». Объем дипломной работы составляет 49 страницы, включает в себя 6 рисунков, 6 таблиц, 1 приложение, 54 источника.

Ключевые слова: программное обеспечение, B2B, продвижение, контент, конкурентная среда, сегментация, маркетинговые инструменты, digital-маркетинг, искусственный интеллект, блокчейн.

Объект исследования дипломной работы – продвижение программного обеспечения.

Предмет исследования дипломной работы – продвижение программного обеспечения на рынке для организаций.

Цель дипломной работы – найти и обосновать эффективную стратегию маркетинга для продвижения программного обеспечения на рынке для организаций.

Методологическую основу дипломной работы составили: анализ рынка ПО, анализ конкурентной среды, сегментирование аудитории, разработка стратегии для социальных сетей.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выявлены ключевые тенденции рынка ПО, определены приоритетные сегменты аудитории, проведен конкурентный анализ, разработана программа digital-маркетинга на три месяца, сформулированы метрики оценки эффективности.

Новизна полученных результатов обусловлена синтезом технологической специфики, международных требований и адаптивных маркетинговых механизмов. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения.

Результаты исследования помогут создать адаптируемую контент-стратегию в социальных сетях, позволяющую IT-компаниям укреплять свои позиции на глобальном рынке.

Результаты и материалы дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных исследований.

Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при реализации маркетинговых мероприятий в социальных сетях компанией Beladev.