

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

ШИБЕКО Мария Витальевна

**ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ПАССАЖИРОПЕРЕВОЗОК
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
старший преподаватель
И.Ф.Бурина

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы включает две главы. В первой главе проанализированы теоретические основы продвижения услуг в сети Интернет, рассмотрены особенности и инструменты интернет-маркетинга, а также этапы продвижения услуг пассажироперевозок. Во второй главе представлен кейс компании «Intercars-Европа», описана общая характеристика компании и её стратегии интернет-продвижения. Освещены методы анализа рынка и конкурентов, а также практические аспекты использования различных инструментов интернет-маркетинга. Рассмотрены рекомендации по улучшению стратегии продвижения и достижения устойчивого роста в условиях конкуренции. Объем дипломной работы составляет 43 страницы и включает 1 рисунок, 2 приложения и 17 использованных источников.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, продвижение, целевая аудитория, контент-маркетинг, SEO, вирусный маркетинг, эффективность, стратегии.

Объект исследования дипломной работы – услуги по пассажироперевозкам.

Предмет исследования дипломной работы – продвижение услуг пассажироперевозок в сети Интернет.

Цель дипломной работы – анализ продвижения услуг пассажироперевозок в сети Интернет.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, метод сравнения, описательный метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (интервью).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: проанализированы теоретические основы интернет-продвижения услуг пассажироперевозок; выявлены ключевые инструменты интернет-маркетинга, такие как SEO, контекстная реклама и SMM; определены основные этапы разработки стратегии продвижения на примере компании «INTERCARS-Европа»; проведён анализ текущих трендов в интернет-продвижении и их влияние на эффективность бизнеса; даны рекомендации по улучшению интернет-стратегий, включая увеличение инвестиций в SEO и развитие контент-маркетинга для повышения конкурентоспособности компании.

Новизна полученных результатов обусловлена недостаточной информацией о специфике интернет-продвижения услуг пассажироперевозок и о том, как современные компании могут адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка.

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

Материалы дипломной работы могут применяться для совершенствования интернет-стратегий в компании «Intercars», так и для других организаций, занимающихся пассажироперевозками, стремящихся повысить свою конкурентоспособность в цифровом пространстве.