

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY

CHAIR OF MARKETING**

Master's dissertation summary

**DIGITALIZATION OF THE COMPANY'S MARKETING
COMMUNICATIONS AND THEIR EFFECTIVENESS**

HAN Yuanyuan

Scientific supervisor

Maria Lesnichenko-Rogovskaya,
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Minsk, 2025

Master's dissertation: pages 73, figures 2, tables 11, sources 47.

DIGITAL MARKETING, MARKETING COMMUNICATIONS, SOCIAL MEDIA MARKETING, TARGET AUDIENCE ANALYSIS, DIGITALIZATION, PROYA COSMETICS, CHINESE MARKET.

The purpose of research: to develop proposals for improving digital marketing communications for Proua Cosmetics Co.,Ltd.

Objectives of the dissertation are:

- to study the latest trends, fundamental concepts, and key tools in marketing communications within the digital economics realm;
- to classify different types of digital marketing communication methods and analyze the core business operations of relevant enterprises;
- to evaluate the existing practices and experiences of enterprises in leveraging digitalization for marketing and communication purposes in the digital economic context;
- to identify the challenges and opportunities that enterprises face in digital marketing communications and explore effective solutions.

The object of the study is marketing communications.

The subject of the study is the features of the use of marketing communications in the cosmetics company Proya Cosmetics Co., Ltd.

Research methods: general scientific methods of cognition (analysis, synthesis, induction, deduction, comparison), marketing research methods, and digital analytics tools.

The area of possible practical application of the work is Proya Cosmetics and other firms in the cosmetics industry for optimizing digital marketing strategies.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from the literature and other sources are accompanied by references to their authors.

Магистерская диссертация: страниц 73, рисунков 2, таблиц 11, источников 47.

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ, PROYA COSMETICS, КИТАЙСКИЙ РЫНОК.

Целью исследования является разработка предложений по улучшению цифровых маркетинговых коммуникаций компании Proya Cosmetics Co., Ltd.

Задачами диссертации являются:

- изучение новейших тенденций, фундаментальных понятий и ключевых инструментов маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики;
- классификация различных методов цифровых маркетинговых коммуникаций и анализ основной деятельности соответствующих предприятий;
- оценка существующей практики использования цифровизации для маркетинговых и коммуникационных целей в цифровой экономике;
- выявление проблем и возможностей, с которыми сталкиваются предприятия в цифровом маркетинге, и поиск эффективных решений.

Объект исследования – маркетинговые коммуникации.

Предмет исследования – особенности использования маркетинговых коммуникаций в косметической компании Proya Cosmetics Co., Ltd.

Методы исследования: общенаучные методы познания (анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение), методы маркетингового исследования, а также цифровые аналитические инструменты.

Область возможного практического применения работы – компания Proya Cosmetics и другие предприятия косметической отрасли для оптимизации своих цифровых маркетинговых стратегий.

Автор работы подтверждает, что приведённый в ней расчётно-аналитический материал корректно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературы и других источников данные сопровождаются ссылками на их авторов.

Магістарская дысертацыя: старонак 73, малюнкаў 2, табліц 11, крыніц 47.

ЛІЧБАВЫ МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, МАРКЕТЫНГ У САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАХ, АНАЛІЗ МЭТАВОЙ АЎДЫТОРЫІ, ЛІЧБАВЫЗАЦЫЯ, PROYA COSMETICS, КІТАЙСКІ РЫНАК.

Мэтай даследавання з'яўляецца распрацоўка прапановы па паляпшэнні лічбавых маркетынгавых камунікацый кампаніі Proya Cosmetics Co., Ltd.

Задачамі дысертацыі з'яўляюцца:

- вывучэнне найноўшых тэндэнцый, фундаментальных паняццяў і ключавых інструментаў маркетынгавых камунікацый ва ўмовах лічбавай эканомікі;
- класіфікацыя розных метадаў лічбавых маркетынгавых камунікацый і аналіз асноўнай дзейнасці адпаведных прадпрыемстваў;
- ацэнка існуючай практыкі выкарыстання цыфравізацыі для маркетынгавых і камунікацыйных мэт у лічбавай эканоміцы;
- выяўленне праблем і магчымасцяў, з якімі сутыкаюцца прадпрыемствы ў лічбавым маркетынгу, і пошук эфектыўных рашэнняў.

Аб'ект даследавання – маркетынгавыя камунікацыі.

Прадмет даследавання – асаблівасці выкарыстання маркетынгавых камунікацый у касметычнай кампаніі Proya Cosmetics Co., Ltd.

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады пазнання (аналіз, сінтэз, індукцыя, дэдукцыя, параўнанне), метады маркетынгавага даследавання, а таксама лічбавыя аналітычныя інструменты.

Вобласць магчымага практычнага прымянення працы - кампанія Proya Cosmetics і іншыя прадпрыемствы касметычнай галіны для аптымізацыі сваіх лічбавых маркетынгавых стратэгий.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял карэктна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратуры і іншых крыніц дадзеныя суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.