

**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 PROMOTION COMPLEX

HUANG Rongquan

Scientific supervisor
Lapkouskaya Palina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Minsk, 2025

Masters' dissertation: pages 74, figures 16, tables 10, sources 72.

DIGITALIZATION OF PROMOTION COMPLEX, DIGITAL MARKETING, PROMOTIONAL MIX, SEO OPTIMIZATION, SOCIAL MEDIA MARKETING, AUTOMOTIVE INDUSTRY

The aim of this research is to develop proposals for the digitalization of the promotional complex for Ideal Electric Vehicle Company.

Objectives of the dissertation are:

- to review existing theoretical frameworks on digital marketing and the traditional promotional mix;
- to describe the components and evolution of the promotional complex in the digital age;
- to analyze the factors driving the digital transformation of the promotional mix;
- to explore the economic and organizational aspects of Ideal Electric Vehicle Company in the context of its digital marketing practices;
- to assess the effectiveness of the digitalization of the company's promotional complex;
- to propose developments for enhancing the company's promotional activities through digital marketing tools such as SEO optimization and social media.

The object of the study is the digitalization of the promotion complex.

The subject of the study is the digitalization of the promotion complex in Ideal Electric Vehicle Company.

Research methods: theoretical analysis, literature review, case study methodology, data analysis.

The area of possible practical application of the work is the marketing and promotional strategies of companies in the automotive industry, especially those involved in electric vehicles. The findings and recommendations can be applied to improve digital marketing strategies, SEO optimization, and social media engagement in the context of both local and international markets.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in the dissertation accurately reflect the state of the process under study, and all sources referenced in the study are duly acknowledged.

Магистерская диссертация: страницы 74, рисунков 16, таблиц 10, источников 72.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОМОЦИОННОГО КОМПЛЕКСА, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, ПРОМОЦИОННЫЙ МИКС, SEO ОПТИМИЗАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, АВТОМОБИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Целью данного исследования является разработка предложений по цифровизации комплекса продвижения для Ideal Electric Vehicle Company.

Задачи диссертации:

- рассмотреть существующие теоретические основы цифрового маркетинга и традиционного комплекса продвижения;
- описать компоненты и эволюцию комплекса продвижения в цифровую эпоху;
- проанализировать факторы, определяющие цифровую трансформацию комплекса продвижения;
- изучить экономические и организационные аспекты компании Ideal Electric Vehicle Company в контексте ее практик цифрового маркетинга;
- оценить эффективность цифровизации комплекса продвижения компании;
- предложить разработки для улучшения рекламной деятельности компании с помощью инструментов цифрового маркетинга, таких как SEO-оптимизация и социальные сети.

Объектом исследования является цифровизация комплекса продвижения.

Предметом исследования является цифровизация комплекса продвижения в Ideal Electric Vehicle Company.

Методы исследования: теоретический анализ, обзор литературы, методология кейс-стади, анализ данных.

Область возможного практического применения работы — маркетинговые и рекламные стратегии компаний автомобильной промышленности, особенно тех, которые занимаются электромобилями. Выводы и рекомендации могут быть применены для улучшения стратегий цифрового маркетинга, SEO-оптимизации и взаимодействия в социальных сетях как на местных, так и на международных рынках.

Автор работы подтверждает, что расчетно-аналитический материал, представленный в диссертации, объективно и правильно отражает состояние исследуемого процесса, и все использованные источники должным образом указаны.

Магістарская дысертацыя: старонак 74, малюнкаў 16, табліц 10, крыніц 72.

ЛІЧБАВІЗАЦЫЯ КОМПЛЕКСУ ПРАСОЎВАННЯ, ЛІЧБАВЫ МАРКЕТЫНГ, КОМПЛЕКС ПРАСОЎВАННЯ, SEO-АПТЫМІЗАЦЫЯ, МАРКЕТЫНГ У САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАХ, АЎТАМАБІЛЬНАЯ ПРАМЫСЛОВАСЦЬ

Мэтай дадзенага даследавання з'яўляецца распрацоўка прапановы па цыфравізацыі комплексу прасоўвання для Ideal Electric Vehicle Company.

Задачы дысертацыі:

- разгледзець існуючыя тэарэтычныя асновы лічбавага маркетынгу і традыцыйнага комплексу прасоўвання;
- апісаць кампаненты і эвалюцыю комплексу прасоўвання ў лічбавую эпоху;
- прааналізаваць фактары, якія вызначаюць лічбавую трансфармацыю комплексу прасоўвання;
- вывучыць эканамічныя і арганізацыйныя аспекты кампаніі Ideal Electric Vehicle Company у кантэксце яе практык лічбавага маркетынгу;
- ацаніць эфектыўнасць цыфравізацыі комплексу прасоўвання кампаніі;
- прапанаваць распрацоўкі для паляпшэння рэкламнай дзейнасці кампаніі з дапамогай інструментаў лічбавага маркетынгу, такіх як SEO-аптымізацыя і сацыяльныя сеткі. Аб'ектам даследавання з'яўляецца лічбавізацыя рэкламнага комплексу.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца цыфравізацыя комплексу прасоўвання.

Прадметам даследавання з'яўляецца цыфравізацыі комплексу прасоўвання ў Ideal Electric Vehicle Company.

Метады даследавання: тэарэтычны аналіз, агляд літаратуры, метадалогія кейс-стадыі, аналіз дадзеных.

Вобласць магчымага практычнага прымянення працы - маркетынжавыя і рэкламныя стратэгіі кампаній аўтамабільнай прамысловасці, асабліва тых, якія займаюцца электрамабільамі. Высновы і рэкамендацыі могуць быць прыменены для паляпшэння стратэгій лічбавага маркетынгу, SEO-аптымізацыі і ўзаемадзеяння ў сацыяльных сетках як на мясцовых, так і на міжнародных рынках.

Аўтар працы пацвярджае, што разлікова-аналітычны матэрыял, прадстаўлены ў дысертацыі, аб'ектыўна і правільна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, і ўсе выкарыстаныя крыніцы належным чынам пазначаны.