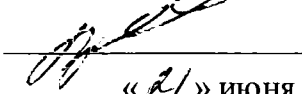


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько
«21» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**ТЕНДЕНЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОГРАММНОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ**

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)


Специализация: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник, гр. 10801117  П.В. Худяков

Руководитель, к.и.н., доцент  И.Д. Матяс

Консультант, к.и.н., доцент  И.Д. Матяс

Консультант по технологической
части, к.п.н, доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель  М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 91 страницы;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 91 страницы, 11 рисунков и схем, 25 таблиц,
25 использованных источников

МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ, КРИПТОИНДУСТРИЯ,
СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА, ТОРГОВЫЕ БОТЫ, SMM

Цель дипломной работы – изучение особенностей и маркетинговых возможностей и их применения на современном рынке в криптоиндустрии на примере МП «Steel Team».

Объект дипломного исследования – виртуальный рынок программного обеспечения в криптоиндустрии.

Задачи дипломного исследования:

1. Изучение современных путей продвижения на рынке в интернет-среде.
2. Анализ конкурентоспособности программного обеспечения МП «Steel Team» и поиск возможных улучшений.
3. Определить пути продвижения продукции МП «Steel Team» в условиях современного рынка.
4. Разработать технологию реализации предложенной программы.

Методы исследования: теоретико-методологической базой исследования послужили работы зарубежных и отечественных исследователей в области разработки и продвижения продукта в криптоиндустрии на современном рынке.

Содержание дипломной работы: рынок программного обеспечения оценка хозяйственной деятельности и конкурентоспособности базовой организации; пути и программа продвижения продукции; технологии реализации предлагаемой программы.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – МП «Steel Team»

Достоверность. Автор подтверждает, что приведенный расчетный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Республики Беларусь «О рекламе». – Минск, 2007.
2. Ашманов, И. С. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. / И. С. Ашманов – СПб. : Питер, 2018. – 464 с.
3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.
4. Вартанова, Е.Л. Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов. / Е. Л. Вартанова – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 400 с.
5. Володько, В.Ф. Основы менеджмента / В.Ф. Володько; 3-е изд. – Минск : АiВ, 2010. – 307 с.
6. Кедрин, Д. Н. Жесткий SMM. / Д. Н. Кендрин – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 380 с.
7. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 444 с.
8. Кокрум. Д. А. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты / Д. А. Кокрум – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013 – 367 с.
9. Котлер, Ф. Р. Основы маркетинга. Профессиональное издание. / Ф. Р. Котлер, Армстронг Д. Н. – 12-ое издание. – Пер. с англ – М. : ООО «И.Д.Вильямс», 2009. – 1072 с.
10. Левинсон, Д. К. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах / Д. К. Левинсон – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 395с.
11. Максимов, Н.В. Современные информационные технологии: Учебное пособие / Н.В. Максимов, Т.Л. Партыка, И.И. Попов. – М. : Форум, 2013. – 512с.
12. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учебное пособие / Т. Н. Рыжикова – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 288 с.
13. Шапиро, В. Управление проектами / В. Шапиро, И. Мазур. – М. : Омега-Л, 2015. – 655 с.
14. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности: учебное пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 232 с.
15. Биткойн [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://ru.wikipedia.org/wiki/Биткойн> – Дата доступа: 02.06.2021.
16. Коэффициент ROMI [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.owox.ru/blog/articles/what-is-romi/> – Дата доступа: 20.05.2021.
17. Криптовалюта [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://ru.wikipedia.org/wiki/Криптовалюта> – Дата доступа: 02.06.2021.
18. Полное руководство по криптовалюточному трейдингу для начинающих [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://bitnovosti.com/2020/12/21/cryptotrading/> – Дата доступа: 02.06.2021.

19. Принципы управления сообществом [Электронный ресурс]. – <https://www.forbes.com/sites/yec/2012/12/25/the-4-pillars-of-community-management/?sh=16a7efec26e6> – Дата доступа: 03.06.2021.
20. Рекомендации по продвижению [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://partner.steamgames.com/doc/-marketing/bestpractices> – Дата доступа: 21.04.2021.
21. Рынок программного обеспечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://infopedia.su/3x4e4d.html> – Дата доступа: 10.05.2021.
22. Торговый бот Revenuebot [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://blog.revenuebot.io/ru/> – Дата доступа: 15.05.2021.
23. Тренды в сфере технологий [Электронный ресурс]. – <https://goo.su/62Z1> – Дата доступа: 04.05.2021.
24. Тренды использования интернета, соцсетей, мобильных платформ, электронной торговли по Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dev.by/news/digital-2019-belarus>. – Дата доступа: 01.06.2021.
25. SMM-стратегия – основа продвижения в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.intervolga.ru/adv/smm-strategy/> – Дата доступа: 21.05.2021.