

***Вирусная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций: аннотация к дипломной работе / Антонова Жанна Валериевна; Факультет философии и социальных наук; Кафедра социальной коммуникации; научный руководитель: Широканова Анна Александровна***

Объектом дипломной работы является вирусная реклама, предметом – особенности использования вирусной рекламы в Беларуси. Цель данной работы – изучить понятие и особенности вирусной рекламы, ее виды и способы, а также определить особенности использования вирусной рекламы в Беларуси. В данной работе было дано определение понятию вирусная реклама, обозначено место вирусной рекламы в теории коммуникации, описаны исторические формы вирусной рекламы, представлена классификация вирусных сообщений по нескольким основаниям, рассмотрены преимущества и ограничения вирусной рекламы как инструмента маркетинга. Также представлены результаты самостоятельного исследования особенностей использования вирусной рекламы в Беларуси: описаны особенности рынка вирусной рекламы в Беларуси, рассказано о создании, продвижении и оценке эффективности вирусных рекламных кампаний, определена роль вирусной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций Беларуси.

***Ключевые слова:*** вирусная реклама, вирусный маркетинг, вирусный эффект, вирусное распространение, комплекс маркетинга, массовая коммуникация, лидер мнений, аудитория, интернет, социальные сети, сарафанное радио, эффективность.

***Viral Advertising as a Tool of Marketing Communications: abstract of the graduate work / Zhanna Antonova; Faculty of Philosophy and Social Sciences; Department of Social Communication; supervisor: Anna A. Shirokanova***

The object of the study is viral advertising, and the subject of the study is particular use of viral advertising in Belarus. The purpose of this work - to explore the concept and features of viral advertising, its types and methods, as well as to determine the features of the use of viral advertising in Belarus.

In this work was given to the definition of the concept of viral marketing, viral advertising, indicates the location in communication theory, describes the historical forms of viral advertising, classification of viral messages on several grounds, discusses the advantages and limitations of viral advertising as a marketing tool.

Also presents the results of independent studies of the use of viral advertising in Belarus: The features of viral advertising market in Belarus, talked about the creation, promotion and evaluation of viral advertising campaigns, defined the role of viral advertising in the marketing communications of Belarus.

***Keywords:*** viral advertising, viral marketing, viral effect, viral spread, a complex of marketing, mass communication, opinion leaders, the audience, the internet, social networking, word of mouth, effectively.