

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

КОМЛЕВ

Эдуард Сергеевич

**ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ЭЛИТНОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат технических наук,
доцент Т.В. Борздова

Допущен к защите

«___» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 62 с., 15 рис., 6 табл., 46 источников.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ, ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ.

Объект исследования – Интернет-пространство как перспективная, инновационная площадка рекламирования объектов недвижимости, а также как особый канал распространения информации.

Цель работы – исследование возможностей использования средств сети Интернет в рекламе объектов элитной недвижимости, основных видов Интернет-рекламы, а также оценка аудитории белорусского Интернета.

В работе рассмотрены понятие недвижимости, ее признаки и классификация, а также конкретизировано понятие «элитная недвижимость» применительно к г. Минску; проведен анализ Интернет-рекламы, ее видов, достоинств и недостатков; проведена оценка аудитории белорусского Интернета, рассмотрены ее тенденции и тенденции Интернет-рекламы; проанализированы возможности Интернета как эффективного способа рекламы недвижимости, составлена рекламная кампания объекта элитной недвижимости.

Областью возможного практического применения исследований работы является рекламная деятельность ЗАО «Универсальные юридические услуги» и других риэлтерских агентств.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический и расчетный материал правильно, и объективно отражает состояние исследуемого вопроса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции, сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 62 с., 15 мал., 6 табл., 46 крыніц.

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, ІНТЭРНЭТ, ЭЛІТНАЯ НЕРУХОМАСЦЬ.

Аб'ект даследавання – Інтэрнэт-прастор як перспектыўная, інавацыйная пляцоўка рэкламавання аб'ектаў нерухомасці, а таксама як адмысловы канал распаўсюджвання інфармацыі.

Мэта работы – даследаванне магчымасцяў выкарыстання сродкаў сеткі Інтэрнэт у рэкламе аб'ектаў элітнай нерухомасці, асноўных відаў Інтэрнэт-рэкламы, а таксама адзнака аўдыторыі беларускага Інтэрнэту.

У працы разгледжаны паняцце нерухомасці, яе прыкметы і класіфікацыя, а таксама канкрэтызавана паняцце «элітная нерухомасць» у дачыненні да г. Мінску; праведзены аналіз Інтэрнэт-рэкламы, яе відаў, вартасцяў і недахопаў; праведзена ацэнка аўдыторыі беларускага Інтэрнэту, разгледжаны яе тэндэнцыі і тэндэнцыі Інтэрнэт-рэкламы; прааналізаваны магчымасці Інтэрнэту як эфектыўнага спосабу рэкламы нерухомасці, складзена рэкламная кампанія аб'екта элітнай нерухомасці.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення даследаванняў працы з'яўляецца рэкламная дзейнасць ЗАТ «Універсальныя юрыдычныя паслугі» і іншых рыэлтарскіх агенцтваў.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны і разліковы матэрыял правільна, і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследнага пытання, а ўсезапазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэрэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі, суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Thesis: 62 p., 15 fig., 6 tab., 46 sources.

Keywords: ADVERTISING, INTERNET, REAL ESTATE.

Object of research – the Internet space as a promising, innovative advertising platform of real estate, as well as a specific distribution channel information.

Purpose – to study the possibilities of using resources in the Internet advertising of real estate facilities, basic kinds of Internet advertising, as well as the auditor's assessment of the Belarusian Internet.

The paper discusses the concept of the real estate, its characteristics and classification, as well as concretized the concept of "elite real estate" in relation to the city of Minsk; an analysis of Internet advertising, its types, advantages and disadvantages; evaluated the Belarusian Internet audience, it considered trends and tendencies of online advertising; The possibilities of the Internet as an effective way of advertising real estate advertising campaign is made up of elite real estate.

The domain of possible practical applications research work is advertising activities of «Universal legal services» and other real estate agencies.

The author of the work confirms that resulted in her analytical and calculation material correctly and objectively reflects the state of the test question and all borrowed from literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts, accompanied by references to their authors.