**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**ОРГАНИЗАЦИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**(НА ПРИМЕРЕ ИООО «ГАЛИАРТ»)**

РУСЕЦКАЯ Маргарита Олеговна

Руководитель

Поплыко Владимир Иванович,

кандидат экономических наук,

доцент

2015

Дипломная работа: 65 с., 9 рис., 15 табл., 52 источника, 2 прил.

РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ, ПЛАНИРОВАНИЕ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, ВИДЫ РЕКЛАМЫ, УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Цель дипломной работы: анализ рекламной деятельности ИООО «Галиарт», разработка на его основе пути совершенствования рекламной деятельности организации.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1) Рассмотреть теоретико-методологическое содержание рекламной деятельности;

2) Провести оценку организации управления рекламной деятельностью на ИООО «Галиарт»;

3) Определить основные направления совершенствования рекламной деятельности организации.

Объект исследования – ИООО «Галиарт».

Предмет исследования – рекламная деятельность ИООО «Галиарт».

Методы исследования: статистический, описательный, метод сравнения, логический и исторический анализ, позитивный и нормативный анализ, метод системного анализа, комплексного исследования.

Область возможного практического применения: предложенные рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности могут быть применены на практике руководством ИООО «Галиарт».

Технико-экономическая значимость: внедрение разработок повысит уровень и эффективность рекламной кампании, что даст возможность увеличить объем продаж, повысить конкурентоспособность продукции ИООО «Галиарт».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а заимствованные из литературных источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 65 p., 9 figures, 15 tables, 52 sources, 2 app.

ADVERTISING, MARKETING, PLANNING, ADVERTISING CAMPAIGNS, FORMS OF ADVERTISING, PROMOTIONAL ACTIVITIES MANAGEMENT

The aim of the thesis is analysis of promotional activities FLLC «Galiart» development based on it ways to improve the organization of promotional activities.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. To study theoretical and methodological content of advertising activity;

2. To assess the organization of management of advertising activities for FLLC «Galiart».

The object of research – FLLC «Galiart».

The subject of research – promotional activities FLLC «Galiart».

Methods: statistical, descriptive method of comparison, logical and historical analysis, positive and normative analysis, the method of system analysis, a comprehensive study.

The area of possible practical application: research results are the proposed recommendations for improving the promotional activities can be applied in practice, the leadership of FLLC «Galiart».

Technical and economic importance: is the introduction of development and raise the level of efficiency of the advertising campaign, which will give an opportunity to increase sales, enhance the competitiveness of FLLC «Galiart».

The author of the work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and borrowed from the literature theoretical, methodological and methodical positions and concepts are accompanied by references to their authors.