

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

ЛАДУТЬКО

Евгений Александрович

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ
«АКАДЕМИЧЕСКОЕ»**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических
наук, доцент
Н. М. Дорошкевич

Допущена к защите

«__» _____ 2016г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т.В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 68 с., 4 рис., 7 табл., 44 источника.

Ключевые слова: АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ, АНАЛИЗ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, СТРАТЕГИЯ, УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМОЙ,

Объект исследования: ООО «Агентство недвижимости «Академическое».

Предмет исследования: особенности управления рекламной деятельностью организации.

Цель исследования: изучение теоретических и практических основ управления рекламной деятельностью субъекта рынка недвижимости и определение путей её совершенствования на примере ООО «Агентство недвижимости «Академическое».

Методы исследования: методы сравнительного и логического анализа, экономической статистики, SWOT-анализа.

В процессе работы были раскрыты теоретико-методологические основы рекламы, рассмотрен процесс управления рекламной деятельностью, его специфика в сфере недвижимости и риэлтерских услуг, а также проанализированы особенности проведения рекламных кампаний в сфере недвижимости; приведены организационно-экономические сведения об Агентстве недвижимости «Академическое» и осуществлен анализ управления рекламной деятельности в Агентстве. Результатом проведенного исследования стало предложение направлений совершенствования рекламной деятельности в Агентстве недвижимости «Академическое».

Областью возможного практического применения являются рекомендации по повышению эффективности управления рекламной деятельностью ООО «Агентство недвижимости «Академическое».

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 68 с., 4 мал., 7 табл., 44 крыніцы.

Ключавыя словы: АГЕНЦТВА НЕРУХОМАСЦІ, АНАЛІЗ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, КІРАВАННЕ РЭКЛАМАЙ, МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ, СТРАТЭГІЯ

Аб'ект даследавання: ТАА «Агенцтва нерухомасці «Акадэмічнае».

Прадмет даследавання: асаблівасці кіравання рэкламнай дзейнасцю арганізацыі.

Мэта даследавання: вывучэнне тэарэтычных і практычных асноў кіравання рэкламнай дзейнасцю суб'екта рынка нерухомасці і вызначэнне шляхоў яе ўдасканалення на прыкладзе ТАА «Агенцтва нерухомасці «Акадэмічнае».

Метады даследавання: метады лагічнага і параўнальнага аналізу, эканамічнай статыстыкі, SWOT-аналізу.

У працэсе работы былі раскрыты тэарэтыка-метадалагічныя асновы рэкламы, разгледжаны працэсы кіравання рэкламнай дзейнасцю, яе спецыфіка ў сферы нерухомасці і рыэлтарскіх паслуг, а таксама прааналізаваны асаблівасці правядзення рэкламных кампаній у сферы нерухомасці; прыведзены арганізацыйна-эканамічныя звесткі пра Агенцтва нерухомасці «Акадэмічнае» і ажыццёўлены аналіз кіравання рэкламнай дзейнасці ў Агенцтве. Вынікам праведзенага даследавання стала прапанавана прамаўца ўдасканалення рэкламнай дзейнасці ў Агенцтве нерухомасці «Акадэмічнае».

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па павышэнні эфектыўнасці кіравання рэкламнай дзейнасцю ТАА «Агенцтва нерухомасці «Акадэмічнае».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

RESUME

Work includes: 68 sec., 4 figures , 7 tables , 44 sources.

Keywords: ADVERTISING, ADVERTISING CAMPAIGNS, ADVERTISING MANAGMENT, ANALYSIS, INTERNET ADVERTISING, MARKETING, STRATEGY, REAL ESTATE AGENCY

The object of study - Agency "Academic" Real Estate LLC.

Subject of research - especially management of advertising activities of the organization.

Objective: study of the theoretical and practical foundations of managing the advertising activity of the subject wound property and to identify ways of improving it as an example of "Real Estate Agency" Academic ".

Methods: methods of comparative and logical analysis of economic statistics, SWOT-analysis

In the process, have been disclosed theoretical and methodological foundations of advertising, discussed the process of managing promotional activities, its specificity in the field of real estate and real estate services, as well as analysis of the characteristics of real estate advertising campaigns; given the organizational and economic information about the Real Estate Agency "Academic" and carried out promotional activities in the Agency Management analysis. The result of the study was a proposal to improve the areas of promotional activities in the real estate agency "Academic".

The scope of possible practical applications are recommendations to improve the effectiveness of the advertising management of "Real Estate Agency" Academic ".

Author work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.