

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра экономики и управления бизнесом

САМОСЮК

Ольга Александровна

**ВЛИЯНИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИ-
ТЕЛЯ НА ПРИМЕРЕ ООО "ЕВРООПТ"**

Дипломная работа

Научный руководитель:
магистр психологических наук,
ст. преподаватель О.И. Дервянко

Допущена к защите

"__" _____ 2016 г.

Зав. кафедрой экономики и управления бизнесом

доктор экономических наук, профессор

_____ В.В. Пузиков

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 69 страниц, 15 табл., 4 рис., 3 приложения, 46 источников.

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель работы: анализ рекламной деятельности торговой организации (на материалах ООО "Евроопт") и разработка путей и способов повышения ее эффективности.

Объект исследования – финансово-экономическая деятельность ООО "Евроопт".

Предмет исследования – характерные особенности рекламной деятельности торговой организации (на материалах ООО "Евроопт") как важнейшего элемента маркетинга и основы обеспечения конкурентоспособности организации в рыночных условиях.

Методы исследования: аналитический метод, графический метод, дедуктивный метод, индуктивный метод, синтетический метод, сравнительный метод, табличный метод.

Исследования и разработки: изучены основные подходы и критерии определения эффективности рекламной деятельности торговой организации, проанализирована рекламная деятельность ООО "Евроопт", предложен комплекс мер по совершенствованию рекламной деятельности организации.

Элементы научной новизны: предложены направления совершенствования рекламной деятельности, отличные от применяющихся в организации.

Область возможного практического применения: повышение эффективности рекламной деятельности ООО "Евроопт".

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

Дипломная работа состоит из трех глав, введения, заключения и приложений.

REPORT

The thesis: 69 pages, 15 tab., 4 fig., 3 appendix, 46 sources

ADVERTISING ACTIVITY, ADVERTISING EFFICIENCY, ECONOMIC BENEFIT, MARKETING COMMUNICATIONS, MARKETING ACTIVITY

The work purpose: the analysis of advertizing activity of trading organization (on Open Company "Evroopt" materials) and working out of ways and ways of

increase of its efficiency.

Object of research – financial and economic activity of Open Company "Evroopt".

Object of research – prominent features advertizing trading organization (on Open "Evroopt" materials) as major element of marketing and basis of maintenance of competitiveness of the organization in market conditions.

Research methods: an analytical method, a graphic method, deductive method, an inductive method, a synthetic method, a comparative method, a tabular method. Researches and workings out: the basic approaches and criteria of definition of efficiency of advertizing activity of trading organization are studied, advertizing activity of Open Company "Evroopt" is analysed, the complex of measures on perfection of advertizing activity of the organization is offered.

Elements of scientific novelty: improvement directions of the advertizing activity, distinct from applied in the organization are offered.

Area of possible practical application: increase advertizing activity effectiveness of Open Company "Evroopt".

The author of work confirms that resulted in it analytically, correctly and objectively reflects a condition of investigated process, and all borrowed of literary and other sources theoretical, metodologic and methodical positions and concepts are accompanied the reference to their authors.

Graduate work consists of three chapters, introduction, conclusion and appendix.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 69 старонак, 15 табл., 4 мал., 3 дадаткаў, 46 крыніцы.

РЭКЛАМНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ РЭКЛАМЫ, ЭКАНАМІЧНЫ ЭФЕКТ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ.

Мэта працы: аналіз рэкламнай дзейнасці гандлёвай арганізацыі (на матэрыялах ТАА "Еўраопт") і распрацоўка шляхоў і спосабаў павышэння яе эфектыўнасці.

Аб'ект даследавання – фінансава-эканамічная дзейнасць ТАА "Еўраопт".

Прадмет даследавання – характэрныя асаблівасці рэкламнай дзейнасці гандлёвай арганізацыі (на матэрыялах ТАА "Еўраопт") як найважнейшага элемента маркетынгу і асновы забеспячэння канкурэнтаздольнасці арганізацыі ў рынкавых умовах.

Метады даследавання: аналітычны метады, графічны метады, дэдуктыўны метады, індуктыўны метады, сінтэтычны метады, параўнальны метады, таблічны метады.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны асноўныя падыходы і крытэрыі вызначэння эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці гандлёвай арганізацыі,

прааналізавана рэкламная дзейнасць ТАА "Еўраопт", прапанаваны комплекс мер па ўдасканаленні рэкламнай дзейнасці арганізацыі.

Элементы навуковай навізны: прапанаваныя кірункі ўдасканалення рэкламнай дзейнасці, адрозныя ад ўжываюцца ў арганізацыі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: павышэнне эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці ТАА "Еўраопт".

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

Дыпломная праца складаецца з трох глаў, уводзін, заключэння, дадаткаў.