

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации

СИДОРСКИЙ
Роберт Сергеевич

РЕКЛАМНАЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ В СФЕРЕ B2C

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
А. В. Колик

Допущен к защите

«__» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 64 страницы, 33 источника, 5 приложений.

РЕКЛАМНАЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ; СФЕРА B2C; ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ, КОМПАНИЯ *APPLE*; СЕТЬ ИНТЕРНЕТ; ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ.

Объект исследования дипломной работы – рекламная интернет-коммуникация технологических компаний в сфере B2C. Предмет исследования – особенности рекламной интернет-коммуникации технологических компаний в сфере B2C.

Цель дипломной работы – доказать важную роль рекламной интернет-коммуникации для бизнеса, определить эффективные способы продвижения товаров и услуг посредством рекламы в Интернете.

Методы исследования: анализ, синтез, описательный метод, дедукция, сравнительный анализ, наблюдение, анкетный опрос.

Полученные результаты: рекламная коммуникация имеет большое значение в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Для рынка B2C важно правильно упаковать продукт, создать привлекательные условия для его приобретения. Глобальная сеть Интернет обладает большими коммуникативными возможностями для рекламной деятельности технологических компаний. Коммуникационная интернет-среда более эффективна по сравнению с офлайн-средой. Рекламная интернет-коммуникация имеет ряд значительных преимуществ для продвижения товаров и услуг технологических компаний.

Новизна дипломной работы заключается в том, что в связи с бурным скачком развития рынка интернет-рекламы, опосредованным быстрым ростом информационных технологий, появилась необходимость создания нового направления – рекламной интернет-коммуникации. Коммуникативные характеристики сети Интернет постоянно меняются, меняется и подход к потребителям, поэтому следует вести постоянный анализ и пересмотр данных.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть применены в деятельности компании *Apple* и её партнёров (ритейлеров) для оптимизации коммуникации в интернет-среде. Полученные выводы могут быть полезными представителям различных компаний, профессиональному и академическому сообществу для дальнейшего исследования технологий взаимодействия с потребителями посредством рекламной интернет-коммуникации.

Автор подтверждает достоверность материалов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

Сидорский Р. С.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае: 64 старонкі, 33 крыніцы, 5 дадаткаў

РЭКЛАМНАЯ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫЯ; СФЕРА В2С; ТЭХНАЛАГІЧНЫЯ КАМПАНІІ, КАМПАНІЯ *APPLE*; СЕТКА ІНТЭРНЭТ; ІНСТРУМЕНТЫ РЭКЛАМНАЙ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫІ.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы – рэкламная інтэрнэт-камунікацыя тэхналагічных кампаній у сферы В2С. Прадмет даследавання – асаблівасці рэкламнай інтэрнэт-камунікацыі тэхналагічных кампаній у сферы В2С.

Мэта дыпломнай працы – даказаць важную ролю рэкламнай інтэрнэт-камунікацыі для бізнесу, вызначыць эфектыўныя спосабы прасоўвання тавараў і паслуг з дапамогай рэкламы ў Інтэрнэце.

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, апісальны метады, дэдукцыя, параўнальны аналіз, назіранне, анкетнае апытанне.

Атрыманыя вынікі: рэкламная камунікацыя мае вялікае значэнне ў сістэме інтэграваных маркетынгавых камунікацый. Для рынку В2С важна добра спакаваць прадукт, стварыць прывабныя ўмовы для яго набыцця. Глобальная сетка Інтэрнэт валодае вялікімі камунікатыўнымі магчымасцямі для рэкламнай дзейнасці тэхналагічных кампаній. Камунікатыўнае інтэрнэт-асяроддзе больш эфектыўна ў параўнанні з афлайн-асяроддзем. Рэкламная інтэрнэт-камунікацыя мае вялікую перавагу для прасоўвання тавараў і паслуг тэхналагічных кампаній.

Навізна дыпломнай працы складаецца ў тым, што адбываецца бурны скачок развіцця рынку інтэрнэт-рэкламы, які звязаны з хуткім ростам інфармацыйных тэхналогій. З'явілася неабходнасць стварэння новага накірунку – рэкламнай інтэрнэт-камунікацыі. Камунікатыўныя характарыстыкі сеткі Інтэрнэт пастаянна мяняюцца, мяняецца і падыход да спажывання, таму варта весці пастаянны аналіз і перагляд атрыманых дадзеных.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнай працы могуць быць ужыты ў дзейнасці кампаніі *Apple* і яе партнёраў (рытэйлераў) для аптымізацыі камунікацыі ў інтэрнэт-асяроддзі. Атрыманыя высновы могуць быць карыснымі прадстаўнікам розных кампаній, прафесійнай і акадэмічнай супольнасці для далейшага даследавання тэхналогій рэкламнай інтэрнэт-камунікацыі са спажываннямі.

Аўтар пацвярджае пэўнасць матэрыялаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Сідорскі Р. С. _____

ABSTRACT

The thesis contains: 64 pages, 33 sources, 5 applications.

ADVERTISING INTERNET-COMMUNICATION; SPHERE B2C; TECHNOLOGIC COMPANIES, *APPLE* COMPANY; INTERNET; INSTRUMENTS OF ADVERTISING INTERNET-COMMUNICATION.

The object of research of the thesis work is advertising Internet communication of technological companies in the sphere of B2C. The subject of the research is the peculiarities of advertising Internet communication of technological companies in the B2C sphere.

The purpose of the thesis is to prove the important role of advertising Internet communication for business, to determine effective ways of promoting goods and services through advertising on the Internet.

Research methods: analysis, synthesis, descriptive method, deduction, comparative analysis, observation, questionnaire.

The results obtained: advertising communication is of great importance in the system of integrated marketing communications. It is important for the B2C market to pack the product well, to create attractive conditions for its acquisition. The global Internet network has great communication opportunities for the advertising activities of technology companies. The communication Internet environment is more efficient than the offline environment. Advertising Internet communication has a great advantage for the promotion of goods and services of technology companies.

The novelty of the thesis is that there is a rapid development of the Internet advertising market, which is associated with the rapid growth of information technology. There was a need to create a new direction – advertising Internet communications. Communicative characteristics of the Internet are constantly changing, and the approach to consumers is changing, so you should keep a constant analysis and review of the data.

Area of possible practical application: the results of the thesis can be applied in the activities of *Apple* and its partners (retailers) to optimize communication in the Internet environment. The findings can be useful to representatives of various companies, the professional and academic community for further research on the technologies of advertising Internet communication with consumers.

The author confirms the reliability of the materials of the thesis work, as well as the independence of its implementation.

Sidorski R. S. _____