**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ**

СЕВЕРИН

Наталья Викторовна

**ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель –

кандидат филологических наук, доцент Д.Н. Дроздов

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ

кандидат филологических наук, доцент Д.Н. Дроздов

Минск, 2017

# **РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ «ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»**

Объем дипломной работы – 53 страниц.

Количество иллюстраций – 12.

Количество таблиц – 1.

Количество приложений – 0.

Количество использованных источников – 40.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ, РЕКЛАМА, ПОЛЬЗОВАТЕЛИ, ВИДЫ, ПРОДУКТ, УСЛУГА, РАЗВИТИЕ, СТАТИСТИКА, САЙТ, РЕКЛАМОДАТЕЛЬ, ИНСТРУМЕНТ, ОПТИМИЗАЦИЯ, ИЗОБРАЖЕНИЕ, ОНЛАЙН.

В дипломной работе представлено многообразие видов и инструментов рекламы, ее особенности и характеристики. Приведены примеры развития Интернет-рекламы, особенности размещения и ее использования. проанализированы основные виды онлайн-рекламы. Изучена деятельность агентства «Гусаров Групп».

**Объект** дипломного исследования – основные виды рекламы, размещаемой в сети Интернет.

**Предмет** – теоретические, методические и практические основы рекламной деятельности в интернете.

**Цель** – исследовать особенности развития, размещения, использования и влияния онлайн-рекламы на пользователей сети Интернет. Изучение сайта и услуг агентства «Гусаров Групп», анализ развития основных видов Интернет-рекламы. Выявление сильных и слабых сторон рекламы в Интернете. Анализ изученного материала и выявление тенденций развития рекламы на ближайшее будущее.

**Актуальность** темы дипломной работы предопределена динамичной скоростью развития Интернета и механизмов рекламы в нем, а также изменение методов воздействия рекламы на аудиторию.

Исследование выполнено самостоятельно и носит творческий характер.

# **РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ «ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА: ТЭНДЭНЦЫІ РАЗВІЦЦЯ»**

Аб'ём дыпломнай працы - 53 старонак.

Колькасць ілюстрацый - 12.

Колькасць табліц - 1.

Колькасць дадаткаў - 0.

Колькасць выкарыстаных крыніц - 40.

Ключавыя словы: ІНТЭРНЭТ, РЭКЛАМА, КАРЫСТАЛЬНІКІ, ВІДЫ, ПРАДУКТЫ, ПАСЛУГІ, РАЗВІЦЦЁ, СТАТЫСТЫКА, САЙТ, РЭКЛАМАДАЎЦЫ, ІНСТРУМЕНТЫ, АПТЫМІЗАЦЫЯ, МАЛЮНКІ, АНЛАЙН.

У дыпломнай працы прадстаўлена разнастайнасць відаў і інструментаў рэкламы, яе асаблівасці і характарыстыкі. Прыведзены прыклады развіцця Інтэрнэт-рэкламы, асаблівасці размяшчэння і яе выкарыстання. прааналізаваны асноўныя віды анлайн-рэкламы. Вывучана дзейнасць агенцтва «Гусараў Груп».

**Аб'ект** дыпломнага даследавання – асноўныя віды рэкламы, якія размяшчаюцца ў сетцы Інтэрнэт.

**Прадмет** – тэарэтычныя, метадычныя і практычныя асновы рэкламнай дзейнасці ў інтэрнэце.

**Мэта** – даследваць асаблівасці развіцця, размяшчэння, выкарыстання і ўплыву онлайн-рэкламы на карыстальнікаў сеткі Інтэрнэт. Вывучэнне сайта і паслуг агенцтва «Гусараў Груп», аналіз развіцця асноўных відаў Інтэрнэт-рэкламы. Выяўленне моцных і слабых бакоў рэкламы ў Інтэрнэце. Аналіз вывучанага матэрыялу і выяўленне тэндэнцый развіцця рэкламы на бліжэйшую будучыню.

Актуальнасць тэмы дыпломнай працы наканаваная дынамічнай хуткасцю развіцця Інтэрнэту і механізмаў рэкламы ў ім, а таксама змена метадаў ўздзеяння рэкламы на аўдыторыю.

Даследаванне выканана самастойна і носіць творчы характар.

# **THE ABSTRACT OF THE THESIS OF «INTERNET ADVERTISING: DEVELOPMENT TRENDS»**

Volume thesis – 53.

The number of illustration – 12.

Number of tables – 1.

Number of applications – 0.

Number of sources used – 40.

Keywords: INTERNET, ADVERTISING, USERS, KINDS, PRODUCT, SERVICES, DEVELOPMENT, STATISTICS, SITE, ADVERTISER, TOOL, OPTIMIZATION, IMAGE, ONLINE.

In the thesis, a variety of types and tools of advertising, its features and characteristics are presented. Examples of the development of Internet advertising, the features of placement and its use are given. Analyzed the main types of online advertising. The activity of the agency "Gusarov Group" was studied.

**Item** – theoretical, methodological and practical bases of advertising on the Internet.

**Subject** – the main types of advertisements placed on the Internet.research is advertising placed on the Internet.

The **goal** is to investigate the features of the development, placement, use and influence of online advertising on Internet users. Study of the site and services of the agency "Gusarov Group", analysis of the development of the main types of Internet advertising. Identify the strengths and weaknesses of advertising on the Internet. Analysis of the material studied and identification of trends in the development of advertising for the near future.

The **relevance** of the topic of the thesis is predetermined by the dynamic speed of the development of the Internet and the mechanisms of advertising in it, as well as changing the methods of impact of advertising on the audience.

The research was carried out independently and is of a creative nature.