МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ

РУКША

Денис Андреевич

**РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ В СФЕРЕ БИЗНЕСА: ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель –

кандидат филологических наук
доцент Т. Л. Шоломицкая

Допущен к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018 г.

Зав. кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ

кандидат филологических наук, доцент Д.Н. Дроздов

Минск, 2018

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Реферат 3](#_Toc516251830)

[Рэферат 4](#_Toc516251831)

[Аbstract 5](#_Toc516251832)

[ВВЕДЕНИЕ 6](#_Toc516251833)

[ГЛАВА 1 ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ 8](#_Toc516251834)

[1.1 Рекламная кампания в системе маркетинга 8](#_Toc516251835)

[1.2 Основные этапы рекламной кампании и их характеристики 9](#_Toc516251836)

[1.3 Выбор каналов коммуникации с потребителем в соответствии с целями 15](#_Toc516251837)

[1.4 Реклама в СМИ как основной способ воздействия на массовую аудиторию на белорусском рынке 19](#_Toc516251838)

[1.5 Формирование бюджета рекламной кампании 22](#_Toc516251839)

[1.6 Основные методы оценки эффективности рекламной кампании 25](#_Toc516251840)

[1.7 Анализ онлайн-ресурсов компании 32](#_Toc516251841)

[ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ УЧЕБНОГО ЦЕНТРА 100ct.by) 35](#_Toc516251842)

[2.1 Проектирование рекламной кампании в процессе реализации маркетинговой стратегии учебного центра 100ct.by 35](#_Toc516251843)

[2.2 Планирование комплекса мероприятий в рамках рекламной кампании 44](#_Toc516251844)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 56](#_Toc516251845)

[СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 58](#_Toc516251846)

[Приложение A 62](#_Toc516251847)

[Приложение Б 63](#_Toc516251848)

[Приложение В. 64](#_Toc516251849)

[Приложение Г 65](#_Toc516251850)

# Реферат

**Объём работы**: 57 страниц, 48 источников,3 приложения.

**Ключевые слова**: РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, СФЕРА БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ, РЕКЛАМА, КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ, РЕКЛАМА В СМИ, МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ, ИНТЕРНЕТ-СМИ.

**Объект исследования** *–* рекламная кампания.

**Предмет исследования** *–* планирование и организация рекламной кампании в сфере бизнеса.

**Цель исследования** *–* определить особенности организации и проведения рекламной кампании в сфере образовательных услуг.

**Результаты исследования**. В дипломной работе был составлен план рекламной кампании организации 100ct.by с учетом советов специалистов, изучения реалий рынка, конкурентов и специализации компании.

**Новизна** исследования заключается в том, что с помощью теоретической основы, а также на практическом опыте специалистов, занятых в области рекламы была спланирована рентабельно обоснованная и целесообразная рекламная политика специфического типа организаций – учебных центров.

**Методы исследования***:* наблюдение, анкетирование, онлайн-опрос, исследование статистики онлайн-ресурсов компании, коммуникационный аудит, ситуационный анализ.

**Практическое применение***.* Результаты исследования могут быть применены в дальнейшем на практике компании 100ct.by

 Д.А.Рукша

# Рэферат

**Аб'ём працы**: 57 старонак, 48 крыніц, 3 дадатка.

**Ключавыя словы**: РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ, БІЗНЕС-СФЕРА ПЛАНАВАННЯ, РЭКЛАМА, КАНАЛЫ КАМУНІКАЦЫІ, РЭКЛАМА Ў СМІ, МЕДЫЯПЛАНАВАННЕ, ІНТЭРНЭТ СМІ.

**Аб'ект даследавання** – рэкламная кампанія.

**Прадмет даследавання** – планаванне і арганізацыя рэкламнай кампаніі ў сферы бізнесу.

**Мэта даследавання** – вызначыць асаблівасці арганізацыі і правядзення рэкламнай кампаніі ў сферы адукацыйных паслуг.

**Вынікі даследавання**. У дыпломнай працы быў складзены план рэкламнай кампаніі арганізацыі 100ct.by з улікам рад спецыялістаў, вывучэнні рэалій рынку, канкурэнтаў і спецыялізацыі кампаніі.

**Навізна** дыпломнай працы ў тым, што з дапамогай тэарэтычнага грунту, а таксама на практычным досведзе спецыялістаў, занятых у вобласці рэкламы была спланавана рэнтабельна абгрунтаваная і дамэтная рэкламная палітыка спецыфічнага тыпу арганізацый – навучальных цэнтраў.

**Метады даслядавання**:назіранне, анкетаванне, онлайн-апытанне, даследаванне статыстыкі онлайн-рэсурсаў кампаніі, камунікацыйны аўдыт, сітуацыйны аналіз.

**Практычная значнасць даслядавання***.* Вынікі даследавання могуць быць ужытыя ў далейшым на практыцы кампаніі 100ct.by.

 Д.А.Рукша

# Аbstract

**Amount of work:** 57 pages, 48 source 3 application.

**Key words:** AD CAMPAIGN, THE SCOPE OF BUSINESS PLANNING, ADVERTISING, COMMUNICATION CHANNELS, ADVERTISING IN THE MEDIA, MEDIA PLANNING.

**The object** of study – advertising campaign.

**The subject**of research – planning and organization in the business sphere.

**The purpose of research** – to determine the characteristics of the organization and carrying out of advertising campaigns in the field of educational services.

**The results** of the study. In the thesis was drawn up a plan of advertising campaign of the organization 100ct.by taking into account the advice of specialists, studying the realities of the market, competitors and specialization of the company.

The **novelty** of the research is that with the help of theoretical basis, as well as practical experience of specialists engaged in the field of advertising it was necessary to plan a cost – effective and reasonable advertising policy of a specific type of organizations-training centers.

**Research methods:**  observation, survey, online survey, study resources online statistics company, a communications audit, situational analysis.

**The practical implementation** of the results of the thesis. The research results can be applied in the future, in practice, companies 100ct.by.

 D.A. Ruksha