

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

**Факультет бизнес-администрирования
Кафедра экономики и менеджмента**

СИДОРОВИЧ
Елена Олеговна

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Дипломная работа

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

Допущена к защите

«__» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой экономики и менеджмента
доктор экономических наук, профессор
_____ В.В. Пузиков

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 69 с., 10 рис., 14 табл., 55 источников, 4 приложения
РЕКЛАМА, КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ.

Объектом исследования является рекламное воздействия на потребителей в ОАО «Светлогорск Химволокно».

Предметом исследования выступает разработка рекомендаций улучшения рекламных мероприятий в ОАО «Светлогорск Химволокно».

Цель дипломной работы – определение направления совершенствования влияния рекламы на поведение потребителя на примере ОАО «Светлогорск-Химволокно».

Методы исследования: сбор фактов, методы анализа и синтеза, группировки и выборка, сравнения и другие экономико-статистические методы.

Результаты исследования и разработки: рассмотрены теоретические аспекты использования рекламы в качестве инструмента воздействия на поведение потребителя; дана организационно-экономическая характеристика ОАО «Светлогорскхимволокно»; проанализирована рекламная деятельность ОАО «Светлогорскхимволокно»; дан анализ влияния рекламы на поведение потребителей в ОАО «Светлогорскхимволокно»; намечены пути совершенствования влияние рекламы на поведение потребителя в ОАО «Светлогорскхимволокно» и оценен экономический эффект от их внедрения.

Практическая значимость исследования состоит в том, что реализация результатов исследования автора на практике расширит объемы реализации продукции ОАО «Светлогорск Химволокно» и повысит экономическую эффективность деятельности предприятия.

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 69 с., 10 мал., 14 табл., 55 крыніц, 4 прыкладання
РЭКЛАМА, КЛАСІФІКАЦЫЯ РЭКЛАМЫ, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ,
УПЛЫЎ РЭКЛАМЫ НА СПАЖЫЎЦОЎ, МЕДЫЯПЛАНВАННЕ.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца рэкламнае ўздзеянне на спажыўцоў у ААТ «Светлагорск Хімвалакно».

Прадметам даследавання выступае распрацоўка рэкамендацый паляпшэння рэкламных мерапрыемстваў у ААТ «Светлагорск Хімвалакно».

Мэта дыпломнай работы – вызначэнне напрамкі ўдасканалення ўплыву рэкламы на паводзіны спажыўца на прыкладзе ААТ «СветлагорскХімвалакно».

Метады даследавання: збор фактаў, метады аналізу і сінтэзу, групоўкі і выбарка, параўнання і іншыя эканоміка-статыстычныя метады.

Вынікі даследавання і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя аспекты выкарыстання рэкламы ў якасці інструмента ўздзеяння на паводзіны спажыўца; дадзена арганізацыйна-эканамічная характарыстыка ААТ «СветлагорскХімвалакно»; прааналізавана рэкламная дзейнасць ААТ «СветлагорскХімвалакно»; дадзены аналіз уплыву рэкламы на паводзіны спажыўцоў у ААТ «СветлагорскХімвалакно»; намечаны шляхі ўдасканалення ўплыву рэкламы на паводзіны спажыўца ў ААТ «СветлагорскХімвалакно» і ацэнены эканамічны эффект ад іх укаранення.

Практычная значнасць даследавання складаецца ў тым, што рэалізацыя вынікаў даследавання аўтара на практыцы пашырыць аб'ёмы рэалізацыі прадукцыі ААТ «Светлагорск Хімвалакно» і павысіць эканамічную эфектыўнасць дзейнасці прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

AUBSTRACT

Thesis: 69 p., 10 Fig., 14 table., 55 sources, 4 annexes

ADVERTISING, CLASSIFICATION OF ADVERTISING, PROMOTIONAL ACTIVITIES, THE IMPACT OF ADVERTISING ON CONSUMERS, MEDIA PLANNING.

The object of the study is the advertising impact on consumers in JSC «Svetlogorsk Khimvolokno».

The subject of the study is the development of recommendations for improving advertising activities in JSC «Svetlogorsk Khimvolokno».

The purpose of the thesis is to determine the direction of improving the impact of advertising on consumer behavior on the example of JSC «Svetlogorsk Khimvolokno».

Research methods: collection of facts, methods of analysis and synthesis, grouping and sampling, comparisons and other economic and statistical methods.

Results of research and development: the theoretical aspects of the use of advertising as a tool to influence the behavior of the consumer; given the organizational and economic characteristics of JSC «Svetlogorsk Khimvolokno»; analyzed advertising activities of JSC «Svetlogorsk Khimvolokno»; the analysis of the impact of advertising on the behavior of consumers in JSC «Svetlogorsk Khimvolokno»; outlined ways to improve the impact of advertising on consumer behavior in JSC «Svetlogorsk Khimvolokno» and evaluated the economic effect of their implementation.

The practical significance of the study is that the implementation of the results of the author's research in practice will expand the volume of sales of JSC «Svetlogorsk Khimvolokno» and increase the economic efficiency of the enterprise.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from sources are accompanied by references to their authors.