

Аннотация к дипломной работе

Влияние Интернет-рекламы на потребительское поведение студенческой молодёжи в Республике Беларусь (социологический анализ) / Ракуть Мария Николаевна; Факультет философии и социальных наук, Кафедра социологии; науч. рук. О.В. Кобяк.

Ключевые слова: Республика Беларусь, студенческая молодёжь, реклама, Интернет-реклама, потребление, потребительское поведение.

Объект: студенческая молодёжь Республики Беларусь. Предмет: особенности влияния Интернет-рекламы на потребительское поведение студенческой молодёжи Республики Беларусь. Цель: изучить влияние Интернет-рекламы на потребительское поведение студенческой молодёжи Республики Беларусь.

В данной дипломной работе были рассмотрены социально-философские аспекты исследования потребительского поведения. Определены социальные механизмы воздействия Интернет-рекламы на потребительское поведение. Изучена роль и место Интернет-рекламы в формировании потребительского поведения студенческой молодёжи в Республике Беларусь. Автором определены положительные и отрицательные аспекты влияния Интернет-рекламы на потребительское поведение студенческой молодёжи в Республике Беларусь.

Influence of Internet advertizing on consumer behavior of student's youth in Republic Belarus (the sociological analysis) / Rakut Maria Nikolaevna; Faculty of philosophy and social sciences, Department of sociology; науч. hands. O.V. Kobyak.

Keywords: Republic of Belarus, student's youth, advertizing, Internet advertizing, consumption, consumer behavior.

Object: the student's youth of Republic of Belarus. Subject: features of influence of Internet advertizing on consumer behavior of student's youth of Republic of Belarus. Purpose: to study influence of Internet advertizing on consumer behavior of student's youth of Republic of Belarus.

In this thesis social and philosophical aspects of a research of consumer behavior have been considered. Social mechanisms of impact of Internet advertizing on consumer behavior are defined. The role and the place of Internet advertizing in formation of consumer behavior of student's youth in Republic of Belarus is studied. The author has defined positive and negative aspects of influence of Internet advertizing on consumer behavior of student's youth in Republic of Belarus.