

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА ФИНАНСОВ И МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация к дипломной работе

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

МИХАЛЕНЯ Мария Дмитриевна

**Руководитель
Витко Людмила Степановна,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2021

Дипломная работа: 86 с., 15 рис., 7 таб., 40 источников, 11 прил.

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, МАРКЕТИНГ, СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ.

Цель исследования: поиск направлений повышения эффективности рекламной деятельности торговой сети «Евроопт» ООО «Евроторг» Минского района.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- исследовать теоретические основы рекламной деятельности организации;
- провести анализ рекламной деятельности торговой сети «Евроопт» ООО «Евроторг» Минского района;
- предложить пути повышения эффективности рекламной деятельности торговой сети «Евроопт» ООО «Евроторг» Минского района.

Объект исследования: деятельность торговой сети «Евроопт» ООО «Евроторг» Минского района.

Предмет исследования: рекламная деятельность торговой организации.

Методы исследования: метод контент-анализа литературных источников, табличный, графический методы, метод сравнения, метод логического обобщения материала.

Исследования и разработки: исследованы теоретические основы рекламной деятельности организации; проведен анализ рекламной деятельности торговой сети «Евроопт» ООО «Евроторг» Минского района; предложены пути повышения эффективности рекламной деятельности торговой сети «Евроопт» ООО «Евроторг» Минского района.

Область возможного применения: внедрение рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности в практическую деятельность торговой сети «Евроопт» ООО «Евроторг» Минского района.

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

Thesis: 86 p., Figures 15, Table 7, 40 sources, 11 app.

ADVERTISING, ADVERTISING ACTIVITIES, ADVERTISING CAMPAIGN, MARKETING, ADVERTISING DISTRIBUTION, ADVERTISING ACTION.

Purpose of the work is the search for ways to improve the efficiency of advertising activities of the Euroopt trading network of Eurotorg LLC in the Minsk region.

In order to achieve this goal, the author posed the following tasks:

- to study the theoretical foundations of the organization's advertising activities;
- to analyze the advertising activities of the Euroopt trading network of Eurotorg LLC in the Minsk region;
- to propose ways to increase the efficiency of advertising activities of the Euroopt trading network of Eurotorg LLC in the Minsk region.

The research object: the activity of the Euroopt trading network of Eurotorg LLC in the Minsk region.

The subject: the advertising activities of a trade organization.

Research methods: the method of content-analysis of literary sources, tabular, graphical methods, comparison method, method of logical synthesis of the material.

Research and development: the theoretical foundations of the organization's advertising activities were studied; the analysis of advertising activities of the Euroopt trade network of Eurotorg LLC in the Minsk region was carried out; the ways to improve the efficiency of advertising activities of the Euroopt trading network of Eurotorg LLC in the Minsk region were proposed.

Scope of possible application: the introduction of recommendations about raising efficiency of advertising in the activity of the Euroopt trade network of Eurotorg LLC in the Minsk region.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 86 старонак, 15 малюнкаў, 7 табліц, 40 крыніц, 11 дадаткаў.

РЭКЛЯМА, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ, МАРКЕТЫНГ, СРОДКІ РАСПАЎСЮДЖВАННЯ РЭКЛАМЫ, РЭКЛАМНАЯ АКЦЫЯ.

Мэта даследавання: пошук напрамкаў павышэння эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці гандлёвай сеткі «Еўраопт» ТАА «Еўрагандаль» Мінскага раёна.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўленыя наступныя задачы:

- даследаваць тэарэтычныя асновы рэкламнай дзейнасці арганізацыі;
- правесці аналіз рэкламнай дзейнасці гандлёвай сеткі «Еўраопт» ТАА «Еўрагандаль» Мінскага раёна;
- прапанаваць шляхі павышэння эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці гандлёвай сеткі «Еўраопт» ТАА «Еўрагандаль» Мінскага раёна.

Аб'ект даследавання: дзейнасць гандлёвай сеткі «Еўраопт» ТАА «Еўрагандаль» Мінскага раёна.

Прадмет даследавання: рэкламная дзейнасць гандлёвай арганізацыі.

Метады даследавання: метады кантэнт-аналізу літаратурных крыніц, таблічны, графічны метады, метады параўнання, метады лагічнага абагульнення матэрыялу.

Даследаванні і распрацоўкі: даследаваны тэарэтычныя асновы рэкламнай дзейнасці арганізацыі; праведзены аналіз рэкламнай дзейнасці гандлёвай сеткі «Еўраопт» ТАА «Еўрагандаль» Мінскага раёна; прапанаваны шляхі павышэння эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці гандлёвай сеткі «Еўраопт» ТАА «Еўрагандаль» Мінскага раёна.

Вобласць магчымага прымянення: укараненне рэкамендацый па ўдасканаленні рэкламнай дзейнасці ў практычную дзейнасць гандлёвай сеткі «Еўраопт» ТАА «Еўрагандаль» Мінскага раёна.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследуемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.