

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

САВЧИЦ Анна Леонидовна

Руководитель
Жуковская Ольга Юрьевна
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2021

Дипломная работа: 53 с., 5 рис., 6 табл., 50 источников, 1 приложение.

РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ, ОАО «Банк БелВЭБ», ПРИБЫЛЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Цель исследования – разработать и обосновать рекомендации по повышению результативности используемых технологий рекламы в сети Интернет (на примере ОАО «Банк БелВЭБ»).

Объект исследования: технологии рекламы в сети Интернет.

Предмет исследования: использование современных технологий рекламы в сети Интернет ОАО «Банк БелВЭБ».

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, ABC-анализ, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов организации для повышения результативности используемых технологий рекламы ОАО «Банк БелВЭБ» необходимо оптимизировать выбор рекламных носителей. Были предложены предложения:

- Нативная реклама.
- Баннеры «ScreenGlide».
- Дизайн.
- Контент.

ОАО «Банк БелВЭБ», изменив затраты на неэффективные виды рекламы и направив больше средств на рекламу в Интернете, увеличит выручку не менее чем на 3% до 418,466 тыс. рублей за год, и не более чем на 7% до 434,717 тыс. рублей за год.

Элементы научной новизны: ОАО «Банк БелВЭБ» необходимо улучшить собственную маркетинговую стратегию, с целью расширения круга клиентов и повышения прибыли. Предлагается привлечь иные методы рекламирования. Баннеры «ScreenGlide». Они всплывают на экран только при наведении мышки на баннер. Эта технология более «дружелюбна»: пользователь сам активирует рекламу, даже не трудясь кликать на баннер.

Область возможного применения: социальные сети ОАО «Банк БелВЭБ», интернет-реклама.

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: 53 p., 5 figures, 6 tables, 50 sources, 1 appendix.

ADVERTISING, INTERNET ADVERTISING, ADVERTISING TECHNOLOGIES, Bank BelVEB OJSC, PROFIT, EFFICIENCY.

The purpose of the study is to develop and substantiate recommendations for improving the effectiveness of the used advertising technologies on the Internet (for example, OJSC "Bank BelVEB").

Object of research: advertising technologies on the Internet.

The subject of the study: the use of modern advertising technologies on the Internet of JSC "Bank BelVEB".

Research methods: analysis, calculation and analytical, ABC analysis, SWOT analysis.

Research and development: based on the study of theoretical issues of the organization to improve the effectiveness of the advertising technologies used by OJSC "Bank BelVEB", it is necessary to optimize the choice of advertising media. Suggestions were offered:

- Native advertising.
- "ScreenGlide" banners.
- Design.
- Content.

By changing the costs of ineffective types of advertising and spending more money on advertising on the Internet, OJSC Bank BelVEB will increase its revenue by at least 3% to 418.466 thousand rubles per year, and by no more than 7% to 434.717 thousand rubles per year.

Elements of scientific novelty: OJSC "Bank BelVEB" needs to improve its own marketing strategy in order to expand the circle of clients and increase profits. It is proposed to use other advertising methods. ScreenGlide banners. They only pop up on the screen when you hover the mouse over the banner. This technology is more "friendly": the user activates the advertisement himself, without even bothering to click on the banner.

Possible application area: social networks of Bank BelVEB OJSC, Internet advertising.

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 links to their authors.