

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

СЕТЬКО Даниил Евгеньевич

**ПРОДВИЖЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО БРЕНДА
С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ
(на примере оператора сотовой связи «А1»)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Елсукова Наталья Альбертовна
кандидат социологических наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – продвижение коммерческого бренда в Интернете. Предмет исследования – особенности продвижения коммерческого бренда с помощью интернет-рекламы. Цель исследования – раскрыть особенности и преимущества использования интернет-рекламы как инструмента продвижения коммерческого бренда в сети Интернет. Методы исследования – анализ информации теоретических источников, систематизация, обобщение, классификация, сравнение, графический метод представления информации, метод анкетного опроса.

В рамках данной работы было проведено исследование на тему отношения молодежной целевой аудитории к интернет-рекламе оператора сотовой связи «А1». Исследование проводилось с целью определения особенностей восприятия рекламы в интернете, выявления особенностей оценки интернет-рекламы, а также определения факторов, влияющих на покупательские намерения.

На основе изучения теоретических источников и проведенного исследования были определены основные моменты, которые усиливают воздействие интернет-рекламы и благоприятно влияют на продвижение коммерческого бренда в сети Интернет. Выработаны рекомендации по разработке и размещению рекламных материалов в сети Интернет.

Результаты данной работы будут полезны рекламодателям, в частности отделу по продвижению и рекламе бренда сотовой связи «А1», в планировании, разработке и размещении интернет-рекламы. Эффективное планирование интернет-рекламы поможет сократить количество потребителей, которые находят интернет-рекламу отталкивающей. Поможет определить основные моменты, которые усиливают воздействие рекламы и благоприятно влияют на формирование позитивных покупательских намерений.

Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

Ключевые слова: коммерческий бренд, продвижение в сети Интернет, интернет-реклама, восприятие рекламы, характеристики бренда, интернет-маркетинг, отношение к интернет-рекламе.