

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ
МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ
ОАО «МИЛКАВИТА»**

КОЗАЧЕК Екатерина Николаевна

**Руководитель
Гопка Елена Алексеевна,
старший преподаватель**

Минск, 2022

Дипломная работа: 61 с., 4 рис., 7 табл., 51 источник, 4 прил.

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ, ОЦЕНКА, ЭФФЕКТИВНОСТИ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Объект исследования: ОАО «Милкавита»

Предмет исследования: рекламная деятельности ОАО «Милкавита»

Цель работы: разработать пути совершенствования рекламной деятельности в ОАО «Милкавита»

Методы исследования: общенаучный диалектический метод познания и вытекающие из него научные методы: системно-функциональный, лингвистический, формально-логический. При изучении практического применения нормативных актов использовались частно-научные методы исследования: сравнительно-правовой, догматический, нормативный.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические аспекты рекламной деятельности; проведен анализ рекламной деятельности на примере ОАО «Милкавита»; предложены мероприятия по совершенствованию рекламной деятельности ОАО «Милкавита»

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов являются мероприятия по совершенствованию рекламной деятельности ОАО «Милкавита»

Область возможного практического применения: ОАО «Милкавита»

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 61 p., 4 fig., 7 table., 51 sources, 4 adj.

ADVERTISING, ADVERTISING ACTIVITY, ESSENCE, METHODS, EFFECTIVENESS, ANALYSIS, DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

The object of the study: JSC "Milkavita"

Subject of research: advertising activities of JSC "Milkavita"

Purpose of the work: to develop ways to improve advertising activities in JSC "Milkavita"

Research methods: general scientific dialectical method of cognition and the resulting scientific methods: system-functional, linguistic, formal-logical. When studying the practical application of normative acts, private scientific research methods were used: comparative legal, dogmatic, normative.

Research and development: the theoretical aspects of advertising activity are considered; the analysis of advertising activity on the example of JSC "Milkavita" is carried out; measures to improve the advertising activity of JSC "Milkavita"

are proposed Elements of scientific novelty (practical significance) of the results obtained are measures to improve the advertising activity of JSC "Milkavita"

Area of possible practical application: JSC "Milkavita"

The graduate student confirms that the computational and analytical material presented in the thesis objectively reflects the state of the process under study (the object being developed), all theoretical and methodological provisions and concepts borrowed from literary sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 61 с., 4 мал., 7 табл., 51 крыніца, 4 прым.

РЭКЛАМА, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, АНАЛІЗ, АЦЭНКА, ЭФЕКТЫЎНАСЦІ, УДАСКАНАЛЕННЕ, НАПРАМКІ РАЗВІЦЦЯ

Аб'ект даследавання: ААТ «Мілкавіта»

Прадмет даследавання: рэкламная дзейнасці ААТ «Мілкавіта»

Мэта працы: распрацаваць шляхі удасканалення рэкламнай дзейнасці ў ААТ «Мілкавіта»

Метады даследавання: агульнанавуковы дыялектычны метад пазнання і вынікаюць з яго навуковыя метады: сістэмна-функцыянальны, лінгвістычны, фармальна-лагічны. Пры вывучэнні практычнага прымянення нарматыўных актаў выкарыстоўваліся прыватна-навуковыя метады даследавання: параўнальна-прававой, дагматычны, нарматыўны.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя аспекты рэкламнай дзейнасці; праведзены аналіз рэкламнай дзейнасці на прыкладзе ААТ "Мілкавіта"; прапанаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні рэкламнай дзейнасці ААТ «Мілкавіта»

Элементы навуковай навізны (практычнай значнасці) атрыманых вынікаў з'яўляюцца мерапрыемствы па ўдасканаленні рэкламнай дзейнасці ААТ «Мілкавіта»

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ААТ «Мілкавіта»

Студэнт-дыпломнік пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу (распрацоўванага аб'екта), усе запазычаныя з літаратурных крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.