

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

ДЮБКИНА Карина Викторовна

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ С
ПЕРСОНАЛЬНЫМ ТАРГЕТИНГОМ В КОРПОРАТИВНОМ БИЗНЕСЕ
ЗАО «МТБАНК»**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
И.В.Пинчук

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав и заключения. Первая глава теоретическая, в ней раскрываются сущность рекламы в Интернете. Вторая глава является практической, в которой описаны особенности продвижения контекстной рекламы с персональным таргетингом в банковской сфере и проанализирована контекстная реклама с персональным таргетингом в корпоративном бизнесе ЗАО «МТБанк». Объем дипломной работы составляет 61 страницу и включает 1 приложение и 46 использованных источников.

Ключевые слова: реклама, методы воздействия, интернет-реклама, контекстная реклама, таргетинг, контекстная реклама с персональным таргетингом, целевая аудитория, банк, банковская сфера, продвижение, корпоративный бизнес.

Объект исследования дипломной работы – контекстная реклама с персональным таргетингом в корпоративном бизнесе ЗАО «МТБанк».

Предмет исследования дипломной работы – рассмотрение сущности контекстной рекламы с персональным таргетингом, ее основных характеристик, а также областей, факторов и методов воздействия на целевую аудиторию в банковской сфере.

Цель дипломной работы – проанализировать контекстную рекламу с персональным таргетингом в корпоративном бизнесе ЗАО «МТБанк».

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, метод сравнения, описательный метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (метод онлайн-опроса).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: описаны виды и функции рекламы, выделены различные методы воздействия интернет-рекламы на целевую аудиторию; выявлены характеристики контекстной рекламы; определены характеристики контекстной рекламы с персональным таргетингом и ее применение в банковской сфере; проанализирована контекстная реклама с персональным таргетингом в корпоративном бизнесе ЗАО «МТБанк» и дан ряд рекомендаций по дальнейшему продвижению посредством контекстной рекламы с персональным таргетингом.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием достаточным количеством информации об эффективности контекстной рекламы с персональным таргетингом в корпоративном бизнесе ЗАО «МТБанк» и ее влияния на поведение клиентов и интересы целевой аудитории. Полученные

результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке и реализации маркетинговых мероприятий ЗАО «МТБанк».