

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

ДЗЮБКІНА Карына Віктараўна

**АНАЛІЗ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ КАНТЭКСТНАЙ РЭКЛАМЫ З
ПЕРСАНАЛЬНЫМ ТАРГЕТЫНГАМ У КАРПАРАТЫЎНЫМ БІЗНЭСЕ
ЗАТ «МТБАНК»**

Дыпломная работа
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат сацыялагічных навук,
І.В.Пінчук

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Структура дыпломнай работы складаецца з увядзення, двух раздзелаў і заключэння. Першы раздзел тэарэтычны, у ім раскрываецца сутнасць рэкламы ў Інтэрнэце. Другі раздзел – практычны, у ім апісаны асаблівасці прасоўвання кантэкстнай рэкламы з персанальным таргетынгам ў банкаўскай сферы і прааналізавана кантэкстная рэклама з персанальным таргетынгам ў карпаратыўным бізнэсе ЗАТ «МТБанк». Аб'ём дыпломнай работы складае 61 старонка і ўключае 1 дадатак і 46 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: рэклама, метады ўздзеяння, Інтэрнэт-рэклама, кантэкстная рэклама, таргетынг, кантэкстная рэклама з персанальным таргетынгам, мэтавая аўдыторыя, банк, банкаўская сфера, прасоўванне, карпаратыўны бізнес.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы - кантэкстная рэклама з персанальным таргетынгам ў карпаратыўным бізнэсе ЗАТ «МТБанк».

Прадмет даследавання дыпломнай працы - разгляд сутнасці кантэкстнай рэкламы з персанальным таргетынгам, яе асноўных характарыстык, а таксама абласцей, фактараў і метадаў ўздзеяння на мэтавую аўдыторыю ў банкаўскай сферы.

Мэта дыпломнай работы - прааналізаваць кантэкстную рэкламу з персанальным таргетынгам ў карпаратыўным бізнэсе ЗАТ «МТБанк».

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, метады параўнання, апісальны метады, а таксама прыватнавуковыя, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў (анлайн-апытальны метады).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: апісаны віды і функцыі рэкламы, вылучаны розныя метады ўздзеяння інтэрнэт-рэкламы на мэтавую аўдыторыю; выяўлены характарыстыкі кантэкстнай рэкламы; вызначаны характарыстыкі кантэкстнай рэкламы з персанальным таргетынгам і яе прымяненне ў банкаўскай сферы; прааналізавана кантэкстная рэклама з персанальным таргетынгам ў карпаратыўным бізнэсе ЗАТ «МТБанк» і дадзены шэраг рэкамендацый па далейшым прасоўванні з дапамогай кантэкстнай рэкламы з персанальным таргетынгам.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю дастатковай колькасці інфармацыі аб эфектыўнасці кантэкстнай рэкламы з персанальным таргетынгам у карпаратыўным бізнэсе ЗАТ «МТБанк» і яе ўплыву на паводзіны кліентаў і інтарэсы мэтавай аўдыторыі. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

Матэрыялы дыпломнай работы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама пры распрацоўцы і рэалізацыі маркетынговых мерапрыемстваў ЗАТ «МТБанк».