

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

МАКСИМОВИЧ Елизавета Андреевна

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ОФЛАЙН И
ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИЙ ДЕТСКОГО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО
ЦЕНТРА «ЙЕТИ И ДЕТИ»**

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 теоретические основы маркетинговых коммуникаций, в том числе онлайн и офлайн-маркетинговые коммуникации. Вторая глава является практической, в которой анализ маркетинговой коммуникации ООО «ЙЕТИ и ДЕТИ». Объем дипломной работы составляет 76 страниц и включает 27 иллюстраций, 9 таблиц, 6 приложений и 58 использованных источника.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, онлайн-коммуникации, офлайн-коммуникации, сайт, наружная реклама, детский развлекательный центр, социальная сеть Instagram, усовершенствование коммуникаций.

Объект исследования дипломной работы – маркетинговые коммуникации ООО «ЙЕТИ и ДЕТИ».

Предмет исследования дипломной работы – анализ эффективности маркетинговых офлайн и онлайн-коммуникаций.

Цель дипломной работы – на основе анализа эффективности маркетинговых офлайн и онлайн-коммуникаций ООО «ЙЕТИ и ДЕТИ» предложить рекомендации по усовершенствованию маркетинговых коммуникаций.

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 маркетинговых исследований (метод контент-анализа).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрено понятие и сущность маркетинговых коммуникаций; представлены основные виды маркетинговых коммуникаций; охарактеризованы стратегии продвижения компании; представлена общая характеристика организации; осуществлено описание и анализ средств офлайн-маркетинга ООО «ЙЕТИ и ДЕТИ»; осуществлено описание и анализ средств онлайн-маркетинга ООО «ЙЕТИ и ДЕТИ»; предложены рекомендации по усовершенствованию маркетинговых коммуникаций ООО «ЙЕТИ и ДЕТИ».

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода маркетологов ООО «ЙЕТИ и ДЕТИ» к восприятию целевой аудиторией публикуемого в аккаунтах сети Instagram фото и видео-контента. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке маркетинговой коммуникации детских развлекательных центров.

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