

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

МАКСІМОВІЧ Лізавета Андрэеўна

**АНАЛІЗ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ МАРКЕТЫНГАВЫХ АФЛАЙН І ОНЛАЙН-
КАМУНІКАЦЫЙ ДЗІЦЯЧАГА ЗАБАЎЛЯЛЬНАГА ЦЭНТРА "ЕЦІ І
ДЗЕЦІ"**

Дыпломная работа

АНАТАЦЫЯ

Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

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

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Структура дыпломнай працы складаецца з ўвядзення, двух кіраўнікоў і зняволення. Першая кіраўнік тэарэтычная, у ёй раскрываюцца тэарэтычныя асновы маркетынговых камунікацый, у тым ліку онлайн і афлайн-маркетынговыя камунікацыі. Другая кіраўнік з'яўляецца практычнай, у якой аналіз маркетынгавай камунікацыі ДЗЦ «Еці і Дзеці». Аб'ём дыпломнай працы складае 76 старонак і ўключае 27 ілюстрацый, 9 табліц, 6 прыкладанняў і 58 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: маркетынговыя камунікацыі, онлайн-каmunікацыі, афлайн-каmunікацыі, сайт, Вонкавая рэклама, дзіцячы забаўляльны цэнтр, сацыяльная сетка Instagram, ўдасканаленне камунікацый.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы-маркетынговыя камунікацыі ДЗЦ «Еці і Дзеці».

Прадмет даследавання дыпломнай працы-аналіз эфектыўнасці маркетынговых офлайн і онлайн-каmunікацый.

Мэта дыпломнай працы-на аснове аналізу эфектыўнасці маркетынговых офлайн і онлайн-каmunікацый ДЗЦ «Еці і Дзеці» прапанаваць рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынговых камунікацый.

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, метады параўнання, апісальны метады, а таксама частнонаучныя, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні маркетынговых даследаванняў (метады кантэнт-аналізу).

У працэсе напісання дыпломнай працы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжана паняцце і сутнасць маркетынговых камунікацый; прадстаўлены асноўныя віды маркетынговых камунікацый; ахарактарызаваны стратэгіі прасоўвання кампаніі; прадстаўлена агульная характарыстыка арганізацыі; ажыццёўлена апісанне і аналіз сродкаў офлайн-маркетынгу ДЗЦ «Еці і Дзеці»; ажыццёўлена апісанне і аналіз сродкаў онлайн-маркетынгу ДЗЦ «Еці і Дзеці»; прапанаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынговых камунікацый ДЗЦ «Еці і Дзеці».

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю комплекснага падыходу маркетологаў ДЗЦ «Еці і Дзеці» да ўспрымання мэтай аўдыторыяй публікуемага ў акаўнтах сеткі Instagram фота і відэа-кантэнту. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай працы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама пры распрацоўцы маркетынгавай камунікацыі дзіцячых забаўляльных цэнтраў.

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