

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

САВЧИЦ Анастасия Павловна

**НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ  
ТОВАРОВ И УСЛУГ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

Дипломная работа

**АННОТАЦИЯ**

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:  
кандидат философских наук,  
доцент  
Н.В.Ефимова

Минск, 2024

## АННОТАЦИЯ

Объем дипломной работы составляет 49 страниц и включает 11 иллюстраций, 6 таблиц, 7 приложения и 39 использованных источников.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** МАРКЕТИНГ, ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, НЕЙРОМАРКЕТИНГ, МЕТОДЫ, ИНСТРУМЕНТЫ, ВЛИЯНИЕ, ЭМОЦИИ, РАЦИОНАЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ, НЕЙРОБИОЛОГИЯ, ИССЛЕДОВАНИЯ.

Объект дипломной работы – нейромаркетинг как современная технология исследования поведения потребителей и влияния на него.

Предмет дипломной работы – приемы и инструменты нейромаркетинга, используемые в социальных сетях для продвижения товаров и услуг.

Цель дипломной работы – анализ использования методов и инструментов нейромаркетинга в белорусских коммерческих компаниях на примерах.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы (анализ, аналогия, сравнение) и частнонаучные методы исследования (метод наблюдения, анализ содержания социальных сетей, контент-анализ рекламы в социальных сетях).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрены понятия нейромаркетинг, маркетинг, нейробиология; изучены методы, техники и инструменты нейромаркетинга; проанализирована статистика использования различных приемов нейромаркетинга в белорусских коммерческих компаниях; проведен визуальный анализ рекламы в социальных сетях с использованием приемов нейромаркетинга.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием данных исследований о влиянии приемов нейромаркетинга на белорусских потребителей товаров и услуг и исследований о дальнейшем поведении данных потребителей.

Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также маркетологами и специалистами по рекламе при создании более эффективного рекламного сообщения.

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