

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

САЎЧЫЦ Анастасія Паўлаўна

**НЕЙРАМАРКЕТЫНГ ЯК ТЭХНАЛОГІЯ ДЛЯ РАХУНЕННЯ ТАВАРАЎ
І ПАСЛУГ ПРАЗ САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ**

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філасофскіх навук,
дацэнт
Н.В.Яфімава

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Аб'ём дыпломнай працы складае 49 старонак і ўключае 11 ілюстрацыі, 6 табліц, 7 дадаткаў і 39 выкарыстаных крыніц.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВА: МАРКЕТЫНГ, ПАВЕДЭННЕ ПАТРЕБИТЕЛЯ, НЕЙРОМАРКЕТИНГ, МЕТОДЫ, ИНСТРУМЕНТЫ, УЛІЯННЕ, ЭМАЦЫЯ, РЭЦЫЯНАЛЬНАСЦЬ, АНАЛІЗ, НЕЙРАБІЯЛОГІЯ, ІСЛЕДАВАННЕ.

Аб'ект дыпломнай работы – нейромаркетынг як сучасная тэхналогія даследавання паводзін спажыўцоў і ўплыву на яго.

Прадмет дыпломнай працы – прыёмы і інструменты нейромаркетынгу, якія выкарыстоўваюцца ў сацыяльных сетках для прасоўвання тавараў і паслуг.

Цэль дыпломнай работы – аналіз выкарыстання метадаў і інструментаў нейромаркетынгу ў беларускіх камерцыйных кампаніях на прыкладах.

Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады (аналіз, аналогія, параўнанне) і частнанавуковыя метады даследавання (метады назірання, аналіз утрымання сацыяльных сетак, кантэнт-аналіз рэкламы ў сацыяльных сетках).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: разгляды паняццяў нейромаркетынгу, маркетынгу, нейробиологии; вывучэнне метадаў, тэхнікі і інструментаў нейромаркетынгу; прааналізаваная статыстыка выкарыстання розных прыёмаў нейромаркетынгу ў беларускіх камерцыйных кампаніях; праведзены візуальны аналіз рэкламы ў сацыяльных сетках з выкарыстаннем прыёмаў нейромаркетынгу.

Навіны атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю дадзеных даследаванняў аб уплыве прыёмаў нейромаркетынгу на беларускія спажыўцы тавараў і паслуг і даследаванняў аб далейшым паводзінах дадзеных спажыўцоў.

Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай працы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама маркетологамі і спецыялістамі па рэкламе пры стварэнні больш эфектыўнага рэкламнага паведамлення.

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