

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

ЛАНДО Анна Алексеевна

Руководитель
Черченко Наталья Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2024

Дипломная работа: 71 с., 14 рис., 17 табл., 82 источника, 4 прил.

МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ, ПЛАТФОРМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ.

Целью дипломной работы является разработка и обоснование предложений по повышению эффективности интернет-рекламы.

Для достижения данной цели автором были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть понятие интернет-рекламы и охарактеризовать ее основные виды;
- определить индикаторы коммуникативной эффективности рекламы в сети Интернет;
- дать характеристику основных факторов эффективности интернет-рекламы в контексте зарубежного и отечественного опыта;
- изучить нормативно-правовые документы, регулирующие интернет-рекламу в Республике Беларусь;
- проанализировать опыт использования интернет-рекламы в ООО «Модус Керамика» и выявить факторы, влияющие на ее эффективность.

Объект исследования: реклама в сети Интернет.

Предмет исследования: использование интернет-рекламы ООО «Модус Керамика».

Методы исследования: сравнительный и системный анализ и синтез, расчетно-аналитический, а также методы индукции и дедукции.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы в практике маркетинга ООО «Модус Керамика».

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 71 с., 14 мал., 17 табл., 82 крыніцы, 4 прыкл.

МАРКЕТЫНГ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, ФАКТАРЫ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМЫ, РЭКЛАМА У БЛОГЕРАЎ, ПЛАТФОРМЫ АЎТАМАТЫЗАЦЫІ ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМЫ.

Цэлью дыпломнай работы з’яўляецца распрацоўка і абгрунтаванне прапанов па павышэнню эфектыўнасці інтэрнэт-рэкламы.

У мэтах дасягнення цэлі аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- разгледзець паняцце інтэрнэт-рэкламы і ахарактарызаваць яе асноўныя віды;
- вызначыць індикатары камунікатыўнай эфектыўнасці рэкламы ў сетцы Інтэрнэт;
- даць характарыстыку асноўных фактараў эфектыўнасці інтэрнэт-рэкламы ў кантэксце замежнага і айчыннага досведу;
- вывучыць нарматыўна-прававыя дакументы, якія рэгулююць інтэрнэт-рэкламу ў Рэспубліцы Беларусь;
- прааналізаваць вопыт выкарыстання інтэрнэт-рэкламы ў ТАА «Модус Кераміка» і выявіць фактары, якія ўплываюць на яе эфектыўнасць.

Аб’ект даследавання: рэклама у сетцы Інтэрнэт.

Прадмет даследавання: выкарыстанне інтэрнэт-рэкламы ТАА «Модус Кераміка».

Метады даследавання: параўнальны і сістэмны аналіз і сінтэз, разлікова-аналітычны, а таксама метады індукцыі і дэдукцыі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць выкарыстоўвацца ў практыцы маркетынга ТАА «Модус Кераміка».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб’ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 71 p., Figures 14, Table 17, 82 sources, 4 app.

MARKETING, INTERNET ADVERTISING, EFFICIENCY FACTORS OF INTERNET ADVERTISING, BLOGGER ADVERTISING, INTERNET ADVERTISING AUTOMATION PLATFORMS.

The aim of the thesis is the development and substantiation of proposals to improve the effectiveness of internet advertising.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

- examine the concept of Internet advertising and characterise its main types;
- define the indicators of communicative effectiveness of advertising on the Internet;
- characterise the main factors of effectiveness of Internet advertising in the context of foreign and domestic experience;
- to study legal documents regulating Internet advertising in the Republic of Belarus;
- analyse the experience of using Internet advertising in Modus Ceramics LLC. and identify the factors influencing its effectiveness.

Object of research: advertising on the Internet.

Subject of research: usage of advertising on the Internet in Modus Ceramics LLC.

Methods: comparative and system analysis and synthesis, calculation and analytical, as well as methods of induction and deduction.

Realm of the possible practical applications: the proposed solutions can be used in practical marketing of Modus Ceramics LLC.

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.