

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**КОНТЕНТ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ B2B И КРИТЕРИИ ЕГО
РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ**

БОСЯКОВА Майя Сергеевна

Руководитель

**Лесниченко-Роговская Мария Владимировна,
кандидат педагогических наук, доцент**

Минск, 2024

Дипломная работа: 84 с., 12 рис., 7 табл., 52 источников, 9 прил.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, КОНТЕНТ, КОНТЕНТ В РЕКЛАМЕ, СЕКТОР В2В, КРИТЕРИИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ КОНТЕНТА

Целью дипломной работы является разработка и внедрение предложений по развитию контента рекламы ООО «РАЙЗИНГ».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- 1) раскрыть сущность понятия контент и определить цели его использования, дать характеристику основных форматов контента в рекламе;
- 2) рассмотреть особые черты и каналы продвижения контента рекламы в сфере В2В;
- 3) рассмотреть организационно-экономическую характеристику ООО «РАЙЗИНГ» и провести анализ форматов контента рекламы в сфере В2В ООО «РАЙЗИНГ»;
- 4) проанализировать критерии результативности контента рекламы в сфере В2В ООО «РАЙЗИНГ».

Объект исследования: контент рекламы в сфере В2В.

Предмет исследования: специфика контента рекламы ООО «РАЙЗИНГ» в сфере В2В.

Методы исследования: наблюдение, описание, сравнительный анализ, систематизация, индукция, дедукция, синтез.

Область возможного практического применения: совершенствование контента рекламы ООО «РАЙЗИНГ».

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 праца: 84 с., 12 мал., 7 табл., 52 крыніца, 9 прым.

МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, КАНТЭНТ, КАНТЭНТ У РЕКЛАМЕ, СЕКТАР В2В, КРЫТЭРЫІ РЭЗУЛЬТАТЫЎНАСЦІ КАНТЭНТА

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка і ўкараненне прапаноў па развіццю кантэнту рэкламы ТАА «РАЙЗІНГ».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- 1) раскрыць сутнасць паняцця кантэнт і вызначыць мэты яго выкарыстання, даць характарыстыку асноўных фарматаў кантэнту ў рэкламе;
- 2) разгледзець асаблівыя рысы і каналы прасоўвання кантэнту рэкламы ў сферы В2В;
- 3) разгледзець арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ТАА "РАЙЗІНГ" і правесці аналіз фарматаў кантэнту рэкламы ў сферы В2В ТАА "РАЙЗІНГ";
- 4) прааналізаваць крытэрыі рэзультатыўнасці кантэнту рэкламы ў сферы В2В ТАА «РАЙЗІНГ».

Аб'ект даследавання: кантэнт рэкламы ў сферы В2В.

Прадмет даследавання: спецыфіка кантэнту рэкламы ТАА "РАЙЗІНГ" у сферы В2В.

Метады даследавання: назіранне, апісанне, параўнальны аналіз, сістэматызацыя, індукцыя, дэдукцыя, сінтэз.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ва удасканаленні кантэнту рэкламы ТАА «РАЙЗІНГ».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсё запазычанне з літаратурных і іншых крыніц суправаджаецца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 84 pages, 12 figures, 7 tables, 52 sources, 9a adj.

MARKETING, ADVERTISING, CONTENT, CONTENT IN ADVERTISING, B2B SECTOR, CONTENT PERFORMANCE CRITERIA

The purpose of the research is to develop and implement of proposals to improve advertising content of LLC «RISING».

In order to achieve this goal, the author set the following tasks:

- 1) reveal the essence of the concept of content and determine the purposes of its use, characterize the main formats of content in advertising;
- 2) consider the special features and channels for promoting advertising content in the B2B sector;
- 3) consider the organizational and economic characteristics of LLC «RISING» and conduct an analysis of advertising content formats in the B2B sphere of LLC «RISING»;
- 4) analyze the criteria for the effectiveness of advertising content in the B2B sphere of LLC «RISING».

The object of the research: B2B advertising content.

The subject of the research: specificity of advertising content of LLC «RISING» in the B2B sphere.

Research methods: observation, description, comparative analysis, systematization, induction, deduction, synthesis.

Possible practical application: improvement of advertising content of LLC «RISING».

The author of the work confirms that the presented calculations and analytical material is correct and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical materials that borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.