

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖИ РЕКЛАМНОГО
ПРОДУКТА**

Климчук Дмитрий Александрович

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

Минск, 2024

Дипломная работа: 88 с., 11 рис., 11 табл., 54 источников, 5 прил.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ ПРОДУКТ, КРИТЕРИИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Целью дипломной работы является разработка предложений по повышению результативности использования современных технологий продажи продукции ОАО «АМКОДОР» через предлагаемый предприятием рекламный продукт.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- 1) раскрыть сущность, виды и этапы разработки рекламного продукта;
- 2) дать характеристики основных показателей результативности рекламного продукта;
- 3) рассмотреть организационно-экономическую характеристику ОАО «АМКОДОР»;
- 4) провести анализ результативности рекламных продуктов ОАО «АМКОДОР».

Объект исследования – продажа рекламного продукта.

Предмет исследования: специфика продажи рекламного продукта ОАО «АМКОДОР».

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

Область возможного практического применения: совершенствование рекламных продуктов ОАО «АМКОДОР».

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: 88 с., 11 мал., 11 табл., 54 крыніц, 5 прым.

МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, РЭКЛАМНЫ ПРАДУКТ, КРЫТЭРЫІ ВЫНІКОВАСЦІ РЭКЛАМНАГА ПРАДУКТУ

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па павышэнні рэзультатыўнасці выкарыстання сучасных тэхналогій продажу прадукцыі ААТ «АМКАДОР» праз прапанаваны прадпрыемствам рэкламны прадукт.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- 1) раскрыць сутнасць, віды і этапы распрацоўкі рэкламнага прадукту;
- 2) даць характарыстыкі асноўных паказчыкаў выніковасці рэкламнага прадукту;
- 3) разгледзець арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ААТ «Амкадор»;
- 4) правесці аналіз выніковасці рэкламных прадуктаў ААТ «Амкадор».

Аб'ект даследавання: продаж рэкламнага прадукта.

Прадмет даследавання: спецыфіка продажу рэкламнага прадукта ААТ «АМКАДОР».

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

Галіна магчымага практычнага прымянення: удасканаленне рэкламных прадуктаў ААТ «Амкадор».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы 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: 88 p., 11 figures, 11 tables, 54 sources, 5 app.

MARKETING, ADVERTISING, ADVERTISING PRODUCT, CRITERIA FOR THE EFFECTIVENESS OF AN ADVERTISING PRODUCT

Purpose of the study: to develop proposals to improve the effectiveness of using modern technologies for selling products of JSC «AMKODOR» through the advertising product offered by the company.

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

- 1) to reveal the essence, types and stages of the development of an advertising product;
- 2) give characteristics of the main performance indicators of the advertising product;
- 3) consider the organizational and economic characteristics of «AMKODOR», JSC;
- 4) to analyze the effectiveness of the advertising products of «AMKODOR», JSC.

Object of research sale of advertising product.

Subject of the study: the specifics of selling of the advertising product of «AMKODOR», JSC.

Methods: observation, description, comparative analysis, systematization, induction, deduction, synthesis, survey.

Realm of the possible practical applications: improvement of advertising products of «AMKODOR», JSC.

Author of work confirms that the computational and analytical material presented in the thesis correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.