

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**КОНТЕНТ-АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ, ЕГО СУЩНОСТЬ
И МЕТОДЫ**

КОЛЕСНЁВА Виктория Владимировна

Руководитель

Добромудрова Инна Альбертовна
старший преподаватель кафедры маркетинга

Минск, 2024

Дипломная работа: 94 с., 32 рис., 7 табл., 50 источник, 3 приложения.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ, КОНТЕНТ, РЕКЛАМНЫЕ СООБЩЕНИЯ, РЕКЛАМА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ.

Цель исследования: разработка предложений по повышению эффективности контента в социальных сетях РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен».

Для достижения поставленной в работе цели поставлены следующие задачи:

- рассмотреть характеристику основных целей, задач, сущностей и методов контент-анализа;
- изучить влияния контент-анализа в социальных сетях на показатель эффективности деятельности организации;
- дать организационно-экономическую характеристику деятельности РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен»;
- исследовать и проанализировать формы и методы контент-анализа организации в социальных сетях;
- провести оценку результативности контента организации в социальных сетях.

Объект исследования: особенности контент-анализа рекламных сообщений.

Предмет исследования: контент-анализа рекламных сообщений РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен».

Методы исследования: метод сравнительного анализа информации, статистический метод, аналитический метод, графический.

Область возможного применения: практически в социальных сетях РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 94 с., 32 мал., 7 табл., 50 крыніца, 3 прым.

ПРАСОЎВАННЕ, ІНТЭРНЭТ-ПРАСОЎВАННЕ, РЭКЛАМА, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, САЙТ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ.

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па павышэнню эфектыўнасці кантэнт-аналізу ў сацыяльных сетках РУП «Нацыянальны цэнтр маркетынгу і кан'юнктуры цэн».

Для дасягнення пастаўленай у працы мэты пастаўлены наступныя задачы:

- разгледзець характарыстыку асноўных мэт, задач, сутнасцяў і метадаў кантэнт-аналізу;
- каб вывучыць уплыў аналізу кантэнт-аналізу ў сацыяльных сетках на паказчыкі эфектыўнасці;
- разгледзець кароткую арганізацыйна-эканамічную характарыстыку дзейнасці РУП «Нацыянальны цэнтр маркетынгу і кан'юнктуры цэн»;
- даследаваць формы і метады кантэнт-аналізу арганізацыі ў сацыяльных сетках;
- правесці ацэнку выніковасці кантэнт-аналізу арганізацыі ў сацыяльных сетках.

Аб'ект даследавання: асаблівасці кантэнт-аналізу рэкламных паведамленняў.

Прадмет даследавання: кантэнт-аналізу рэкламных паведамленняў РУП «Нацыянальны цэнтр маркетынгу і кан'юнктуры цэн».

Метады даследавання: метады параўнальнага аналізу інфармацыі, статыстычны метады, аналітычны метады, графічны.

Вобласць магчымага прымянення: практычна ў сацыяльных сетках РУП «Нацыянальны цэнтр маркетынгу і кан'юнктуры цэн».

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 суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 94 p., Figures 32, Table 7, 50 sources, 3 app.

CONTENT ANALYSIS, CONTENT, CONTENT, ADVERTISING MESSAGES, ADVERTISING, SOCIAL MEDIA.

The aim of the research: development of proposals to improve the effectiveness of content in social networks of RUE "National Center for Marketing and Price Conjuncture".

To achieve the goal set in the work the following tasks are set:

- to consider the characterization of the main goals, objectives, essences and methods of content analysis;
- to study the impact of content analysis in social networks on the performance indicator;
- to consider brief organizational and economic characteristics of the activity of RUE "National Center for Marketing and Price Study";
- to study the forms and methods of content analysis of the organization in social networks;
- to evaluate the effectiveness of content analysis of the organization in social networks.

Object of the research: features of content-analysis of advertising messages.

Subject of the study: features of content analysis of advertising messages of RUE "National Center for Marketing and Price Conjuncture".

Methods of research: method of comparative analysis of information, statistical method, analytical method, graphical method.

Area of possible application: practically in social networks RUE "National Center for Marketing and Price Conjuncture".

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.