

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

КОЛТУН Эльдар Дмитриевич

**Руководитель
Мармашова Светлана Прокопьевна
Старший преподаватель**

Минск, 2024

Дипломная работа: 69 с., 16 рис., 7 табл., 50 источников.

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ, ИНДИКАТОРЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ,

Целью дипломной работы является разработка предложений по повышению результативности использования инструментов рекламы в сети Интернет ООО «АвтоГруппБай».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть определение понятию «интернет-реклама», описать его инструменты;
- описать индикаторы эффективности интернет-рекламы;
- проанализировать нормативно-правовые документы, регулирующие интернет-рекламу в Республике Беларусь;
- проанализировать инструменты интернет-рекламы, используемые ООО «АвтоГруппБай».
- оценить эффективность использования основных инструментов интернет-рекламы ООО «АвтоГруппБай».

Объект исследования: реклама в сети Интернет.

Предмет исследования: реклама ООО «АвтоГруппБай» в сети Интернет.

Методы исследования: анализ, индукция, дедукция, абстрагирование, сравнение, классификация, обобщение.

Область возможного применения являются предложенные в исследовании рекомендации в совершенствовании инструментов интернет-маркетинга.

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 праца: 69 с., 16 мал., 7 табл., 50 крыніц..

ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, ІНСТРУМЕНТЫ ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМЫ, ІНДЫКАТАРЫ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМЫ,

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка прапаноў па павышэнні рэзультатыўнасці выкарыстання інструментаў рэкламы ў сетцы Інтэрнэт ТАА «АўтаГрупБай».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- разгледзець вызначэнне паняцця "інтэрнэт-рэклама", апісаць яго інструменты;
- апісаць індикатары эфектыўнасці інтэрнэт-рэкламы;
- прааналізаваць нарматыўна-прававыя дакументы, якія рэгулююць інтэрнэт-рэкламу ў Рэспубліцы Беларусь;
- прааналізаваць інструменты інтэрнэт-рэкламы, якія выкарыстоўваюцца ТАА «АўтаГрупБай».
- ацаніць эфектыўнасць выкарыстання асноўных інструментаў інтэрнэт-рэкламы ТАА «АўтаГрупБай».

Аб'ект даследавання: рэклама ў сетцы Інтэрнэт.

Прадмет даследавання: рэклама ТАА «АўтаГрупБай» у сетцы Інтэрнэт.

Метады даследавання: аналіз, індукцыя, дэдукцыя, абстрагаванне, параўнанне, класіфікацыя, абагульненне.

Вобласць магчымага прымянення з'яўляюцца прапанаваныя ў даследаванні рэкамендацыі ва ўдасканаленні інструментаў інтэрнэт-маркетынгу.

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: 69 pp., 16 figures, 7 tables, 50 sources.

INTERNET ADVERTISING, INTERNET ADVERTISING TOOLS, INDICATORS, EFFECTIVENESS OF INTERNET ADVERTISING,

The purpose of the thesis is to develop proposals to improve the effectiveness of using advertising tools on the Internet at AutoGroupBy LLC.

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

- consider the definition of the concept of “Internet advertising”, describe its tools;
- describe indicators of the effectiveness of online advertising;
- analyze regulatory documents regulating online advertising in the Republic of Belarus;
- analyze online advertising tools used by AutoGroupBy LLC.
- evaluate the effectiveness of using the main online advertising tools of AutoGroupBy LLC.

Object of study: advertising on the Internet.

Subject of research: advertising of AutoGroupBy LLC on the Internet.

Research methods: analysis, induction, deduction, abstraction, comparison, classification, generalization.

The area of possible application is the recommendations proposed in the study for improving Internet marketing tools.

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