

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА И ФАКТОРЫ ЕЁ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ

ТРУСЕВИЧ Диана Александровна

**Руководитель
Голик Вадим Сергеевич,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2024

Дипломная работа: 64 с., 12 рис., 4 табл., 56 источников, 3 прил.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ, ТАРГЕТИРОВАНИЕ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, РЕКЛАМНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ, ЯНДЕКС.ДИРЕКТ, GOOGLE ADS.

Целью дипломной работы является разработка предложений по повышению результативности контекстной рекламы СОАО «Парфюмерно-косметическая фабрика «Модум – наша косметика».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть сущность контекстной рекламы, выделить её основные цели, задачи, виды, основные критерии эффективности;
- провести анализ организационно-экономической деятельности СОАО «Парфюмерно-косметическая фабрика «Модум – наша косметика», выделить основные направления рекламы в сети Интернет;
- изучить использование контекстной рекламы предприятием и оценить её результативность.

Объект исследования: контекстная реклама.

Предмет исследования: контекстная реклама СОАО «Парфюмерно-косметическая фабрика «Модум – наша косметика».

Методы исследования: анализ, синтез, расчетно-аналитический, индукция, дедукция.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике в интернет-продвижении СОАО «Парфюмерно-косметическая фабрика «Модум – наша косметика».

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: 64 с., 12 мал., 4 табл., 56 крыніцы, 3 дад.

ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, КАНТЭКСТНАЯ РЭКЛАМА, ВЫІКОВАСЦЬ, ТАРГЕТАВАННЕ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ, РЭКЛАМНАЯ АБ'ЯВА, ЯНДЭКС.ДЫРЭКТ, GOOGLE ADS.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка прапаноў па павышэнні рэзультатыўнасці кантэкстнай рэкламы СААТ «Парфумерна-касметычная фабрыка «Модум – наша касметыка».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- разгледзець сутнасць кантэкстнай рэкламы, вылучыць яе асноўныя мэты, задачы, віды, асноўныя крытэрыі эфектыўнасці;
- правесці аналіз арганізацыйна-эканамічнай дзейнасці СААТ «Парфумерна-касметычная фабрыка «Модум – наша касметыка», вылучыць асноўныя напрамкі рэкламы ў сетцы Інтэрнэт;
- вывучыць выкарыстанне кантэкстнай рэкламы прадпрыемствам і ацаніць яе рэзультатыўнасць.

Аб'ект даследавання: кантэкстная рэклама.

Прадмет даследавання: кантэкстная рэклама СААТ «Парфумерна-касметычная фабрыка «Модум – наша касметыка».

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, разлікова-аналітычны, індукцыя, дэдукцыя.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы ў інтэрнэт-прасоўванні СААТ «Парфумерна-касметычная фабрыка «Модум – наша касметыка».

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: 64 p., Figures 12, Table 4, 56 sources, 3 app.

INTERNET MARKETING, CONTEXTUAL ADVERTISING, PERFORMANCE, TARGETING, TARGET AUDIENCE, ADVERTISING CAMPAIGN, ADVERTISING, YANDEX.DIRECT, GOOGLE ADS.

The aim of the thesis: development of proposals to improve the effectiveness of contextual advertising of SOJSC «Perfume and cosmetics factory «Modum – our cosmetics».

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

- consider the essence of contextual advertising, highlight its main goals, objectives, types, and main criteria for effectiveness;
- analyze the organizational and economic activities of SOJSC «Perfume and cosmetics factory «Modum – our cosmetics», highlight the main areas of advertising on the Internet;
- study the use of contextual advertising by an enterprise and evaluate its effectiveness.

Object of research: contextual advertising.

Subject of research: contextual advertising of SOJSC «Perfume and cosmetics factory «Modum – our cosmetics».

Methods: analysis, synthesis, calculation-analytical, induction, deduction.

Realm of the possible practical applications: the proposed solutions can be used in practice in the online promotion of SOJSC «Perfume and cosmetics factory «Modum – our cosmetics».

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.