

**THE MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
«SCHOOL OF BUSINESS OF THE BELARUSIAN STATE UNIVERSITY»**

CHAIR OF MARKETING

Annotation for diploma work

**DIGITALISATION OF ADVERTISING IN MODERN ORGANISATION
MARKETING**

ZHDANOVICH Semyon Sergeevich

Scientific supervisor
Irina Valerievna Ustinovich,
Ph.D. in economics, Associate professor

Minsk, 2024

Thesis: 72 p., 7 figures, 23 tables, 52 sources.

DIGITAL ADVERTISING, MARKETING STRATEGIES, PERFORMANCE INDICATORS, DIGITAL ANALYTICS

Purpose of the research: to develop directions and justify the features of improving digital advertising activity of LLC “Apollo”.

To achieve the goal it is necessary to solve the following tasks:

- to study the essence and methods of realization of digital advertising, indicators for assessing the effectiveness of digital advertising;
- to consider the types and features of digital advertising activity;
- analyze the advertising activity of LLC “Appolo” in the field of digital advertising and evaluate its effectiveness;
- to highlight the features and areas of improvement of digital advertising activity of LLC “Appolo”.

Object of the study: digital advertising.

Subject of the study: the specifics of digital advertising of LLC “Appolo”.

Methods of research: analytical, method of theoretical analysis, generalization, descriptive method.

Research and development: studied the theoretical basis of digitalization of advertising, analyzed and evaluated the effectiveness of digital advertising of LLC “Appolo”, developed proposals for the introduction of programmatic advertising and the use of artificial intelligence for copywriting.

Elements of scientific novelty: proposed and substantiated such measures as the introduction of programmatic advertising in LLC “Appolo” and the use of artificial intelligence for copywriting.

Area of possible application: practical marketing of LLC “Appolo”.

Techno-economic, social significance: the proposed measures will increase the effectiveness of digital advertising of LLC “Appolo”.

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 borrowings from literature and other sources are accompanied by references to their authors.

Дипломная работа: 72 с., 7 рис., 23 табл., 52 источников.

ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ, ЦИФРОВАЯ АНАЛИТИКА

Цель исследования: разработать направления и обосновать особенности совершенствования цифровой рекламной деятельности ООО «Аполло».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить сущность и методы реализации цифровой рекламы, показатели оценки эффективности цифровой рекламы;
- рассмотреть виды и особенности цифровой рекламной деятельности;
- проанализировать рекламную деятельность ООО «Апполо» в области цифровой рекламы и оценить ее эффективность;
- выделить особенности и направления совершенствования цифровой рекламной деятельности ООО «Апполо».

Объект исследования: цифровая реклама.

Предмет исследования: специфика цифровой рекламы ООО «Апполо».

Методы исследования: аналитический, метод теоретического анализа, обобщение, описательный метод.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы цифровизации рекламы, проведен анализ и оценка эффективности цифровой рекламы ООО «Апполо», разработаны предложения по внедрению программатик-рекламы и использованию искусственного интеллекта для копирайтинга.

Элементы научной новизны: предложены и обоснованы такие мероприятия, как внедрение в ООО «Апполо» программатик-рекламы и использование искусственного интеллекта для копирайтинга.

Область возможного применения: практический маркетинг ООО «Апполо».

Технико-экономическая, социальная значимость: предложенные мероприятия позволят повысить эффективность цифровой рекламы ООО «Апполо».

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

Дыпломная праца: 72 с., 7 мал., 23 табл., 52 крыніц.

ЛІЧБОВАЯ РЭКЛАМА, МАРКЕТЫНГОВЫЯ СТРАТЭГІІ, ПАКАЗЧЫКІ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ, ЛІЧБОВАЯ АНАЛІТЫКА

Мэта даследавання: распрацаваць напрамкі і абгрунтаваць асаблівасці ўдасканалення лічбавай рэкламнай дзейнасці ТАА "Апало".

Для дасягнення пастаўленай мэты неабходна вырашыць наступныя задачы:

- вывучыць сутнасць і метады рэалізацыі лічбавай рэкламы, паказчыкі ацэнкі эфектыўнасці лічбавай рэкламы;
- разгледзець віды і асаблівасці лічбавай рэкламнай дзейнасці;
- прааналізаваць рэкламную дзейнасць ТАА "Апало" ў галіне лічбавай рэкламы і ацаніць яе эфектыўнасць;
- вылучыць асаблівасці і напрамкі ўдасканалення лічбавай рэкламнай дзейнасці ТАА "Апало".

Аб'ект даследавання: лічбавая рэклама.

Прадмет даследавання: спецыфіка лічбавай рэкламы ТАА "Апало".

Метады даследавання: аналітычны, метады тэарэтычнага аналізу, абагульненне, апісальны метады.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя асновы цыфравізацыі рэкламы, праведзены аналіз і ацэнка эфектыўнасці лічбавай рэкламы ТАА «Апола», распрацаваны прапановы па ўкараненні праграмамык-рэкламы і выкарыстанні штучнага інтэлекту для капірайтыngu.

Элементы навуковай навізны: прапанаваны і абгрунтаваны такія мерапрыемствы, як укараненне ў ТАА "Апало" праграмамык-рэкламы і выкарыстанне штучнага інтэлекту для капірайтыngu.

Вобласць магчымага прымянення: практычны маркетынг ТАА "Апало".

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: прапанаваныя мерапрыемствы дазваляць павысіць эфектыўнасць лічбавай рэкламы ТАА "Апало".

Аўтар працы пацвярджае, што прадстаўлены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратуры і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.