

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ
РЕКЛАМЫ**

РЫЛОВ Борис Николаевич

**Руководитель
Зайковская Татьяна Викентьевна,
старший преподаватель**

Минск, 2025

Дипломная работа: 57 с., 14 рис., 16 табл., 50 источников.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГ, ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА, ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель исследования: изучить тенденции развития цифровой рекламы и разработать мероприятия по совершенствованию использования цифровой рекламы в деятельности ООО «МУА АУМ».

Объект исследования: цифровая реклама.

Предмет исследования: специфика цифровой рекламы ООО «МУА АУМ».

Методы исследования: описания, систематизации, сравнительного анализа, анализа литературных источников, статистический, графический.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность ООО «МУА АУМ».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал 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.

Diploma work: 57 p., 14 fig., 16 tables, 50 sources.

MARKETING ACTIVITIES, MARKETING, MARKETING TOOLS, DIGITAL ADVERTISING, EFFICIENCY

Purpose of the research: to study the trends in the development of digital advertising and to develop measures to improve the use of digital advertising in the activities of LLC “MUA AUM”.

Object of the study: digital advertising.

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

Methods of research: description, systematization, comparative analysis, analysis of literary sources, statistical, graphic.

The area of possible practical application: marketing activities of LLC “MUA AUM”.

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

Дыпломная праца: 57 с., 14 мал., 16 табл., 50 крыніц.

МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГ, ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТЫНГА, ЛІЧБАВАЯ РЭКЛАМА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ

Мэта даследавання: вывучыць тэндэнцыі развіцця лічбавай рэкламы і распрацаваць мерапрыемствы па ўдасканаленні выкарыстання лічбавай рэкламы ў дзейнасці ТАА "МУА АУМ".

Аб'ект даследавання: лічбавая рэклама.

Прадмет даследавання: спецыфіка лічбавай рэкламы ТАА "МУА АУМ".

Метады даследавання: апісанні, сістэматызацыі, параўнальнага аналізу, аналізу літаратурных крыніц, статыстычны, графічны.

Галіна магчымага практычнага прымянення: маркетынговая дзейнасць ТАА "МУА АУМ".

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.