

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ON-LINE РЕКЛАМЫ:
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

СТРАХ Инга Александровна

**Руководитель:
Мармашова Светлана Прокопьевна
старший преподаватель**

Минск, 2025

Дипломная работа: 66 с., 23 рис., 8 табл., 51 источник, 5 прил.

РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ, НЕЙРОСЕТЬ

Цель исследования: разработка предложений по повышению эффективности использования рекламы в сети Интернет УП «Н-ТиВи».

Объект исследования: интернет-реклама.

Предмет исследования: on-line реклама как инструмент интернет-рекламы УП «Н-ТиВи».

Методы исследования: дедукция, индукция, сравнения, систематизация и обобщение теоретических и практических материалов, сводки и группировки, аналитические процедуры.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических основ интернет-рекламы была определена ее сущность, виды, основные инструменты и показатели эффективности. Рассмотрены нормативно-правовые документы, регулирующие on-line рекламу в Республике Беларусь. Проведен анализ мировых тенденций развития on-line рекламы и текущего состояния рынка on-line рекламы в Беларуси. Также был проведен анализ on-line рекламы УП «Н-ТиВи». На основе полученных данных были разработаны предложения по повышению эффективности использования интернет-рекламы для УП «Н-ТиВи».

Область возможного применения: практическая деятельность УП «Н-ТиВи»

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: 66 с., 23 рыс., 8 табл., 51 крыніца, 5 прыл.

РЭКЛАМА, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, ІНСТРУМЕНТЫ РЭКЛАМЫ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ РЭКЛАМЫ, НЕЙРАСЕТКА

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па павышэнню выніковасці on-line рэкламы ў сетцы Інтэрнэт УП «Н-ЦіВі» з улікам айчыннага і замежнага вопыту і сучасных тэндэнцый.

Аб'ект даследавання: інтэрнэт-рэклама

Прадмет даследавання: on-line рэклама як інструмент інтэрнэт-рэкламы УП «Н-ЦіВі»

Методы даследавання: дэдукцыя, індукцыя, параўнання, сістэматызацыя і абагульненне тэарэтычных і практычных матэрыялаў, зводкі і групоўкі, аналітычныя працэдуры

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных асноў інтэрнэт-рэкламы была вызначана яе сутнасць, віды, асноўныя прылады і паказчыкі эфектыўнасці. Разгледжаны нарматыўна-прававыя дакументы, якія рэгулююць on-line рэкламу ў Рэспубліцы Беларусь. Праведзены аналіз сусветных тэндэнцый развіцця on-line рэкламы і бягучага стану рынку online рэкламы ў Беларусі. Таксама быў праведзены аналіз on-line рэкламы УП «Н-ЦіВі». На аснове атрыманых дадзеных былі распрацаваны прапановы па павышэнню эфектыўнасці выкарыстання інтэрнэт-рэкламы для УП «Н-ЦіВі».

Аб'ект магчымых распрацовак: практычная дзейнасць УП «Н-ЦіВі».

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: 66 p., 23 fig., 8 tab., 51 sources, 5 app

ADVERTISING, ONLINE ADVERTISING, ADVERTISING TOOLS,
ADVERTISING EFFECTIVENESS, NEURAL NETWORK

The purpose of this graduate work: to develop proposals to improve the effectiveness of on-line advertising on the Internet of the UE «H-TV», taking into account domestic and foreign experience and current trends.

The research object: on-line advertising

The subject: on-line advertising as an on-line advertising tool of the UE «H-TV».

Research methods: deduction, induction, comparisons, systematization and generalization of theoretical and practical materials, summaries and groupings, analytical procedures.

Research and development: Based on the study of the theoretical foundations of on-line advertising, its essence, types, main tools and performance indicators were determined. The regulatory documents regulating on-line advertising in the Republic of Belarus are considered. The analysis of global trends in the development of on-line advertising and the current state of the on-line advertising market in Belarus is carried out. An analysis of the on-line advertising of the UE «H-TV» was also carried out. Based on the data obtained, proposals have been developed to improve the effectiveness of the use of online advertising for the UE «H-TV».

Scope of possible application: practical activities of the UE «H-TV».

The author of the work confirms that the computational 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.