

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

СУЛЬЖИЦКАЯ Елизавета Андреевна

**ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
YANDEX DIRECT И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:

к. э. н., доцент

Е.М. Воробьева

Допущена к защите

«___»_____2025г.

Зав.кафедрой маркетинга

к.э.н., доцент

_____Н.В.Черченко

Минск, 2025

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 62 с., 10 рис., 7 табл., 80 источников, 2 прил.

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, ЯНДЕКС.ДИРЕКТ, КОНТЕНТ, КЛИКИ, КОНВЕРСИИ, ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА, ВСПЛЫВАЮЩАЯ РЕКЛАМА

Цель работы: определение направлений повышения эффективности интернет-рекламы в ИУП «1С-Битрикс24».

Объект исследования – интернет-реклама.

Предмет исследования – интернет-реклама ИУП «1С-Битрикс24» в Yandex Direct.

Методы исследования: анализ и синтез, индукция и дедукция статистический, динамический, графический анализ.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических основ интернет-рекламы была определена ее сущность, виды и показатели эффективности. Рассмотрены нормативно-правовые документы, регулирующие интернет-рекламу в сети Интернет в Республике Беларусь. Проведен анализ рекламы в сети Интернет и анализ контекстной рекламы в сети Интернет ИУП «1С-Битрикс24». На основе полученных данных были разработаны предложения по повышению эффективности рекламы для ИУП «1С-Битрикс24».

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике повышения эффективности применения инструментов цифрового маркетинга в ИУП «1С-Битрикс24».

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.

(подпись студента)

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 62 с., 10 малюнкаў, 7 табл., 80 крыніц, 2 дадаткі.

ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, ЯНДЭКС.ДЗІРЭКТ, КАНТЭНТ, КЛІКІ, КАНВЕРСІІ, ВІРУСНАЯ РЭКЛАМА, УСПЛЫВАЛЬНАЯ РЭКЛАМА

Мэта работы: вызначэнне напрамкаў павышэння эфектыўнасці інтэрнэт-рэкламы ў ІУП «1С-Бітрыкс24».

Аб’ект даследавання -інтэрнэт-рэклама.

Прадмет даследавання – інтэрнэт-рэклама ІУП «1С-Бітрыкс24» у Yandex Direct.

Методы даследавання: аналіз і сінтэз, індукцыя і дэдукцыя, статыстычны, дынамічны, графічны аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных асноў інтэрнэт-рэкламы была вызначана яе сутнасць, віды і паказчыкі эфектыўнасці. Разгледжаны нарматыўна-прававыя дакументы, якія рэгулююць інтэрнэт-рэкламу ў сетцы Інтэрнэт у Рэспубліцы Беларусь. Праведзены аналіз рэкламы ў сетцы Інтэрнэт і аналіз кантэкстнай рэкламы ў сетцы Інтэрнэт ІП «1С-Бітрыкс24». На аснове атрыманых даных былі распрацаваны прапановы па павышэнні эфектыўнасці рэкламы для ІП «1С-Бітрыкс24».

Сфера магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы для павышэння эфектыўнасці прымянення інструментаў лічбавага маркетынгу ў ІУП «1С-Бітрыкс24».

Аўтар работы пацвярджае, што прадстаўлены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял дакладна і аб’ектыўна адлюстроўвае стан даследаванага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

(подпіс студэнта)

ABSTRACT

Thesis: 62 pages, 10 figures, 7 tables, 80 sources, 2 appendices.

INTERNET ADVERTISING, YANDEX.DIRECT, CONTENT,
CLICKS, CONVERSIONS, VIRAL ADVERTISING, POP-UP
ADVERTISING

Objective of the work: Defining ways to enhance the efficiency of internet advertising for UE «1C-Bitrix24».

Object of the study – Internet advertising based on the use of Yandex Direct.

Subject of the study – Internet Advertising of UE «1C-Bitrix24» on Yandex Direct.

Research methods: scientific synthesis, statistical and dynamic analysis, graphical method of displaying information.

Research and Development: based on the study of the theoretical foundations of internet advertising, its essence, types, and performance indicators were identified. Regulatory and legal documents governing internet advertising on the Internet in the Republic of Belarus were reviewed. An analysis of internet advertising and contextual advertising on the Internet for the UE "1C-Bitrix24" was conducted. Based on the obtained data, proposals were developed to improve the effectiveness of advertising for the UE "1C-Bitrix24."

Possible practical application: the proposed solutions can be used in practice to increase the effectiveness of digital marketing tools in UE «1C-Bitrix24».

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

(student's signature)