

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАРУЖНОЙ
РЕКЛАМЫ**

УРБАН Анастасия Сергеевна

**Руководитель
Хмель Сергей Александрович
старший преподаватель**

Минск, 2025

Дипломная работа: 69 стр., 20 рис., 5 табл., 54 источн.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, ПОНЯТИЕ СОВРЕМЕННОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Цель исследования: разработка предложений по развитию наружной рекламы в СООО «Мобильные ТелеСистемы».

Объект исследования: наружная реклама.

Предмет исследования: наружная реклама СООО «Мобильные ТелеСистемы».

Методы исследования: структурный метод, функциональный метод, логический и сравнительный анализ, дедукция, индукция, статистические и экономико-математические методы и субъективно-объективный подход.

Исследования и разработка: на основе изучения теоретических вопросов наружной рекламы определены ее сущность, основные виды, этапы создания, современные тенденции развития, подходы к оценке результативности, проведен анализ использования наружной рекламы в СООО «Мобильные ТелеСистемы», дана оценка проведения мероприятий по улучшению наружной рекламы в СООО «Мобильные ТелеСистемы».

Область возможного применения: практическое использование наружной рекламы в рекламной деятельности СООО «Мобильные ТелеСистемы».

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

Дыпломная работа: 69 стар., 20 мал., 5 табл., 54 крын.

СУЧАСНЫЯ ТЭНДЭНЦЫІ РАЗВІЦЦЯ ЗНЕШНЯЙ РЭКЛАМЫ,
ЛІЧБАВІЗАЦЫЯ ЗНЕШНЯЙ РЭКЛАМЫ, ПАНЯЦЦЕ СУЧАСНАЙ
ЗНЕШНЯЙ РЭКЛАМЫ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ ВЫКАРЫСТАННЯ ЗНЕШНЯЙ
РЭКЛАМЫ, ПАКАЗЧЫКІ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ ЗНЕШНЯЙ РЭКЛАМЫ

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па развіцці знешняй
рэкламы ў СТАА «Мабільныя ТэлеСістэмы».

Аб'ект даследавання: знешняя рэклама.

Прадмет даследавання: знешняя рэклама СТАА «Мабільныя
ТэлеСістэмы».

Метады даследавання: структурны метада, функцыянальны метада,
лагічны і параўнальны аналіз, дэдукцыя, індукцыя, статыстычныя і
эканамічна-матэматычныя метады і суб'ектыўна-аб'ектыўны падыход.

Даследаванні і распрацоўка: на аснове вывучэння тэарэтычных
пытанняў знешняй рэкламы вызначаны яе сутнасць, асноўныя віды, этапы
стварэння, сучасныя тэндэнцыі развіцця, падыходы да ацэнкі выніковасці,
праведзены аналіз выкарыстання знешняй рэкламы ў СТАА «Мабільныя
ТэлеСістэмы», дадзена ацэнка правядзенню мерапрыемстваў па паляпшэнні
знешняй рэкламы ў СТАА «Мабільныя ТэлеСістэмы».

Галіна магчымага выкарыстання: практычнае выкарыстанне знешняй
рэкламы ў рэкламнай дзейнасці СТАА «Мабільныя ТэлеСістэмы».

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны
матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследчага працэсу, а ўсе
запазычванні з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на
іх аўтараў.

Thesis: 69 p., figures 20, table 5, 54 sources.

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF OUTDOOR ADVERTISING, DIGITALIZATION OF OUTDOOR ADVERTISING, THE CONCEPT OF MODERN OUTDOOR ADVERTISING, THE EFFICIENCY OF USING OUTDOOR ADVERTISING, INDICATORS OF THE EFFICIENCY OF OUTDOOR ADVERTISING

The purpose of the study: development of proposals for the development of outdoor advertising in joint LLC «Mobile TeleSystems».

Object of the study: outdoor advertising.

Subject of the study: outdoor advertising in joint LLC «Mobile TeleSystems».

Research methods: structural method, functional method, logical and comparative analysis, deduction, induction, statistical and economic-mathematical methods and subjective-objective approach.

Research and development: based on the study of theoretical issues of outdoor advertising, the essence, main types, stages of creation, modern development trends, approaches to assessing the effectiveness were determined, an analysis of the use of outdoor advertising in SOOO «Mobile TeleSystems» was carried out, an assessment of the implementation of measures to improve outdoor advertising in SOOO «Mobile TeleSystems» was carried out.

Scope of possible application: in practice in the use of outdoor advertising activities of SOOO «Mobile TeleSystems».

The author of the work confirms that the calculation and analytical material carried out 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.