

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**СОБЫТИЙНАЯ РЕКЛАМА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

ШЕЙКО Мирослава Ильинична

**Руководитель
Мацель Валерий Михайлович
Доктор исторических наук, профессор**

Минск, 2025

Дипломная работа: 65 с., 6 рис., 13 табл., 55 источников, 5 прил.

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ, СОБЫТИЙНАЯ РЕКЛАМА, МЕРОПРИЯТИЯ, ПИАР, УЗНАВАЕМОСТЬ, ПРОДВИЖЕНИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ФЕСТИВАЛИ

Объект исследования: событийная реклама.

Предмет исследования: организация и эффективность проведения событийной рекламы в ЗАО «Айгенис».

Цель работы – на основе анализа практики проведения событийной рекламы в ЗАО «Айгенис» сформулировать рекомендации по повышению её эффективности.

Методы исследования: системный подход, анализ и синтез, методы систематизации и обобщения данных.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы событийной рекламы, проведен анализ и оценка событийной рекламы ЗАО «Айгенис», разработаны направления повышения узнаваемости бренда ЗАО «Айгенис» с помощью событийной рекламы.

Область возможного применения: маркетинговая деятельность ЗАО «Айгенис».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетноаналитический 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.

Дыпломная праца: 65 с., 6 мал., 13 табл., 5 крыніц, 5 прым.

ПАДЗЕЙНЫ МАРКЕТЫНГ, ПАДЗЕЙНАЯ РЭКЛАМА,
МЕРАПРЫЕМСТВЫ, ПІЯР, ПАЗНАВАЛЬНАСЦЬ, ПРАСОЎВАННЕ,
САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ФЕСТИВАЛІ

Аб'ект даследавання: падзейная рэклама.

Прадмет даследавання: Арганізацыя і эфектыўнасць правядзення падзейнай рэкламы ў ЗАТ «Айгеніс».

Мэта працы – на аснове аналізу практыкі правядзення падзейнай рэкламы ў ЗАТ «Айгеніс» сфармуляваць рэкамендацыі па павышэнню яе эфектыўнасці.

Метады даследавання: сістэмны падыход, аналіз і сінтэз, метады сістэматызацыі і абагульнення дадзеных.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя асновы падзейнай рэкламы, праведзены аналіз і ацэнка падзейнай рэкламы ЗАТ «Айгеніс», распрацаваны напрамкі павышэння пазнавальнасці брэнда ЗАТ «Айгеніс» з дапамогай падзейнай рэкламы.

Вобласць магчымага прымянення: маркетынговая дзейнасць ЗАТ «Айгеніс»

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй расцётнааналітычскі матэрыял правільна і 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.

Graduate work: 65 p., 6 fig., 13 tables, 55 sources, 5 app.

EVENT MARKETING, EVENT ADVERTISING, EVENTS, PR, RECOGNITION, PROMOTION, SOCIAL NETWORKS, FESTIVALS

Object of research: event advertising.

Subject of the study: organization and effectiveness of event advertising in Aigenis CJSC.

The purpose of the work is to formulate recommendations on improving its effectiveness based on an analysis of the practice of event advertising in Aigenis CJSC.

Research methods: a systematic approach, analysis and synthesis, methods of systematization and generalization of data.

Research and development: the theoretical foundations of event advertising have been studied, the analysis and evaluation of event advertising of CJSC Aigenis has been carried out, and directions for increasing brand awareness of CJSC Aigenis through event advertising have been developed.

Scope of possible application: marketing activities of CJSC Aigenis

The author confirms that the analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.