МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

НІКАЛАЕЎ Дзмітрый Анатольевіч

УСПРЫМАННЕ АЎТАМАТЫЧНА ГЕНЕРАВАНАГА КАНТЭНТА АДРЭСАТАМІ МАРКЕТЫНГАВЫХ КАМУНІКАЦЫЙ

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат палітычных навук,
дацэнт І.І.Екадумава

Мінск, 2025

АНАТАЦЫЯ

Структура дыпломнай работы складаецца з увядзення, трох раздзелаў і заключэння. У першым раздзеле раскрываюцца асноўныя паняцці і гістарычнае развіццё штучнага інтэлекту, разглядаюцца яго прыкметы і класіфікацыя. Другі раздзел прысвечаны аналізу прымянення штучнага інтэлекту ў маркетынгавых камунікацыях: апісваюцца тэхналогіі генерацыі кантэнту, даследуюцца фактары, якія ўплываюць на давер аўдыторыі да аўтаматычна згенераванага кантэнту, а таксама разглядаюцца практычныя прыклады выкарыстання штучнага інтэлекту ў маркетынгу. У трэцім раздзеле прадстаўлены вынікі эмпірычнага даследавання ўспрымання аўтаматычна згенераванага кантэнту на прыкладзе рэкламных матэрыялаў таварыства з абмежаванай адказнасцю "Click Media". Аб'ём дыпломнай работы складае 48 старонак і ўключае 3 дадаткі і 18 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: штучны інтэлект, маркетынг, маркетынгавыя камунікацыі, генерацыя кантэнту, успрыманне, давер, аўтаматычна згенераваны кантэнт, рэкламны кантэнт.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы – аўтаматычна згенераваны кантэнт як інструмент маркетынгавых камунікацый.

Прадмет даследавання дыпломнай працы – эфектыўнасць аўтаматычна згенераванага кантэнту як сродку маркетынгавай камунікацыі.

Мэта дыпломнай працы – выяўленне асаблівасцей успрымання аўтаматычна згенераванага кантэнту адрасатамі маркетынгавых камунікацый.

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады аналізу, сінтэзу, параўнання, індукцыі і дэдукцыі, а таксама анкетнае апытанне, з дапамогай якога праведзены колькасны аналіз пераваг, узроўняў даверу і распазнання аўтаматычна згенераванага кантэнту.

У працэсе напісання дыпломнай працы былі атрыманы наступныя вынікі: вызначана паняцце і класіфікацыі штучнага інтэлеку; раскрыты этапы яго развіцця і напрамкі прымянення ў маркетынгу; выяўлены тэхналогіі генерацыі кантэнту і фактары, якія ўплываюць на давер да аўтаматычна згенераванага кантэнту; устаноўлены асаблівасці ўспрымання аўтаматычна згенераванага і традыцыйнага кантэнту.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена комплексным даследаваннем успрымання аўтаматычна згенераванага кантэнту з апорай на праведзенае эмпірычнае даследаванне. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

Матэрыялы дыпломнай работы могуць прымяняцца ў дзейнасці маркетынгавых агенцтваў і кампаній, што выкарыстоўваюць штучны інтэлект ў камунікацыі.