

Институт романо-германских языков информационных и гуманитарных технологий / кафедра инноватики, маркетинга и рекламы : 42.03.01.- Реклама и связи с общественностью (Коммерческая реклама)

Тема ВКР: Пути развития современной рекламы в социальных ресурсах сети интернет.

Автор ВКР: Туаев Олег Александрович

Научный руководитель ВКР: доцент кафедры инноватики, маркетинга и рекламы, А.Г. Авшаров

Сведения об организации-заказчике: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пятигорский государственный лингвистический университет». Адрес: г. Пятигорск, пр-т Калинина 9

Актуальность темы исследования: Интернет-маркетинг в наше время — широкая область деятельности, которая включает в себя ряд бизнес-процессов, нацеленных на продвижение в Сети товаров и услуг на рынок с последующей выгодой для организации. Размещение интерактивной рекламы (как баннерной, так и видео-) на видеохостингах дает возможность взаимодействовать с пользователями, вести статистику и отчетность, придумывать больше креативных решений. А для зрителей, которые сами решают, что они будут смотреть, время, проведенное на сайте, как правило, не ограничивается несколькими минутами, как например, при поиске в сети: они просматривают видеоконтент, который в среднем длится 9-10 минут. Реклама в видео, при этом, часто становится основной движущей силой в монетизации сайтов с видеороликами.

Цель: рассмотреть социальные ресурсы сети интернет как медиaprостранство для размещения рекламного текста и разработать авторские рекомендации по реализации современной рекламной кампании на видеохостинге YouTube.

Задачи:

1. Изучить историю и сущность интернет – рекламы.
2. Рассмотреть инструменты интернет – рекламы, выявить возможности видеохостингов, как площадки для продвижения товаров либо услуг.
3. Проанализировать состояние рынка Интернет-рекламы в России.
4. Провести анализ видов и целей рекламы на видеохостинге YouTube.
5. Выявить современные тренды развития видеорекламы на YouTube.
6. Разработать рекомендации по реализации современной рекламной кампании в социальных ресурсах сети интернет.

Теоретическая значимость работы. Теоретическая значимость работы заключается в широкой возможности использования ее теоретических выводов при дальнейшем проведении исследований в области анализа рекламы в социальных ресурсах сети интернет.

Практическая значимость исследования. Практическая значимость состоит в том, что материалы и выводы исследования могут быть использованы в практической деятельности, при разработке и дальнейшей реализации рекламных кампаний различных товаров или услуг.

Результаты исследования:

1. Нужно подходить к выбору канала для размещения рекламы продуманно, анализируя статистику и сравнивая аудиторию.

2. При создании канала бренда необходимо привлекать известных блогеров для его продвижения.

3. Важно использовать полный комплекс рекламных возможностей, предоставляемых видеохостингом.

4. YouTube в современном мире должен стать неотъемлемой частью любой из рекламных кампаний.

Рекомендации:

Предложено использовать разработанные рекомендации по продвижению товара или услуги используя возможности видеохостинга YouTube