

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

КОТОВА ВЕРОНИКА ИГОРЕВНА

**ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

юридического факультета

Саратов 2020

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

Научный руководитель – к. соц. н., доцент Земсков С.Б.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского».

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность** работы состоит в том, что Интернет является неотъемлемой частью нашей жизни и работы. Сейчас многие компании и агентства используют для размещения рекламы именно Интернет.

Главное отличие Интернет – рекламы от других видов рекламы в том, что она действует в виртуальном пространстве. Во всём остальном она преследует те же цели и использует те же инструменты воздействия. Зачатки рекламы в Интернете появились практически сразу после возникновения самой Сети.

Данная дипломная работа посвящена особенностям рекламы в Интернете на примере рекламного агентства, тому какие виды Интернет – рекламы существуют и какие из них более эффективны для продвижения.

**Объектом** изучения дипломной работы является особенности продвижение Интернет рекламы.

**Цель данной работы** – изучение особенностей рекламы в Интернете и ее преимущества по сравнению с другими для продвижения рекламного агентства на рынке.

Для достижения данной цели нужно решить следующие **задачи**:

1. Ознакомиться с видами и преимуществами рекламы в Интернете;
2. Выяснить проблемы использования рекламы в Интернете;
3. Выявить способы повышения эффективности Интернет - рекламы.
4. Оценить эффективность рекламы в Интернете на примере рекламного агентства;

Теоретическая значимость данной дипломной работы заключается в расширении представлений о таких понятиях как реклама, реклама в Интернете, преимущества и проблемы использования Интернет – рекламы, эффективность Интернет – рекламы.

Практическая значимость данной работы заключается в применимости исследовательского материала при анализе особенностей рекламы в Интернете на примере рекламного агентства.

**Структура.** Работа состоит из введения, двух глав, которые содержат теоретическую и практическую часть. Каждая из глав содержит в себе выводы, по изученному материалу. После глав следует заключение, в котором содержатся обобщающие сведения, полученные в ходе проведенной работы и списка использованных источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первый раздел посвящен теоретическим аспектам рекламы в Интернете. Рассматриваются понятия «реклама», «Интернет – реклама». В работе говорится о видах рекламы, ее преимуществах и проблемах, а также об эффективности Интернет - рекламы.

Реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке<sup>1</sup>.

Реклама в Интернете несомненно может быть эффективной - доказательством этого являются результаты успешных рекламных кампаний. Необходимым условием результативности является профессиональный подход и планирование результатов<sup>2</sup>.

Главное отличие Интернет – рекламы от других видов рекламы в том, что она действует в виртуальном пространстве. Во всём остальном она преследует те же цели и использует те же инструменты воздействия. Зачатки рекламы в Интернете появились практически сразу после возникновения самой Сети.

Существует 7 видов рекламы в Интернете: медийная, поисковая оптимизация, контекстная, email-маркетинг, социальный маркетинг, реклама в блогах, баннерная реклама.

---

<sup>1</sup> Федеральный Закон Российской Федерации № 108-ФЗ от 18.07.95 «О рекламе». Статья 18.

<sup>2</sup> Агеев, А.В. Понятие и основные сведения о рынке рекламы. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: <http://adindustry.ru/doc/1134> - (дата обращения 14.05.2020). - Загл. с экрана. - Яз. рус.

*Основными преимуществами Интернет - рекламы являются:*

- презентация рекламируемого продукта или услуги производится на уровне, недоступном ни для какого другого СМИ;
- Интернет дает возможность не только адресовать рекламное сообщение нужной целевой группе, но и видеть в режиме реального времени реакцию на данное сообщение;
- Интернет позволяет проводить рекламные кампании, сводя на нет воздействие конкурентов, а точнее, при полном их отсутствии.

Преимущества Интернет - рекламы - высокая эффективность, большой охват аудитории, низкая стоимость, потребитель может получить информацию о товаре на сайте компании.

Аудитория Интернета постоянно растет количественно и качественно. Интернетом пользуются как молодежь, так и взрослые люди с высоким достатком, привыкшие активно взаимодействовать с окружающей средой. Но не только это привлекает в Интернет все новых и новых рекламодателей. Дело в том, что Интернет дает несколько возможностей, которые недоступны ни одному другому виду рекламы<sup>3</sup>.

Проблемы по использованию сети Интернет в рекламной деятельности являются: во-первых, то, что не многие осознали важность использования в своем бизнесе новейшего технического средства обработки и передачи информации; во-вторых, не используют в полной мере возможности, предоставляемые Интернетом; в-третьих, многие совершенно не различают границы рекламы, маркетинга и PR в Интернете; в-четвертых, одной из насущнейших проблем является многообразие информации в Интернете.

Во втором разделе подробно описывается объект исследования – рекламное агентство «Варона».

Рекламное агентство или по-другому Арт-студия «Варона» – это студия дизайна и продвижения брендов в Саратове, основанная в 2010 году. То есть

---

<sup>3</sup> *Годин А. А.* Интернет-реклама: учебное пособие для студентов экономических вузов / *А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров.* – М.: Дашков и К, 2009. - 168 с.

работает в Саратове уже 10 лет. Клиентами агентства являются: amaha, TomTailor, Викиум, Века, Саратов 24, Loft 108<sup>4</sup>.

*Основные направления деятельности рекламного агентства:*

- Разработка и продвижение продающих и корпоративных сайтов с привлекательным дизайном по самым передовым технологиям

- Графический дизайн во всех его проявлениях: логотипы, макеты листовок и каталогов, фотосъёмка, 3D моделирование, дизайн плакатов. Этот список можно продолжать ещё очень долго

- Изготовление любой рекламы: печать полиграфии, сувенирная продукция, изготовление вывесок и табличек и т.д.

- Курсы по специальности «Графический дизайн посредством Adobe Photoshop и Adobe Illustrator» и «Web-дизайн»

Коллектив рекламного агентства постоянно обучается, чтобы приносить пользу своим заказчикам.

Рекламное агентство «Варона» имеет представительство в интернете в виде сайта, а также группу в социальных сетях «ВКонтакте», страницу в «Instagram». На сайте и в социальных сетях полностью представлены услуги организации, информация о специалистах, контактные данные, а также портфолио агентства.

Данное агентство существует на рынке уже 10 лет и уже смогло сформировать клиентскую базу, которая оставляет только положительные отзывы. Сотрудников данного агентства отличает от конкурентов высокая креативность, накопленный большой опыт в области рекламы, визуальных коммуникаций и web-технологий, которые являются двигателем прогресса российского рынка. Они умеют не всё, но очень многое, и каждый новый проект это в первую очередь осознание сути и чёткая расстановка целей.

Рекламное агентство «Варона» имеет представительство в социальных сетях, но очень плохо развито, что значительно снижает возможности

---

<sup>4</sup> Официальный сайт РА «Варона» [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: <https://varona.org/> (дата обращения 15.05.2020).- Загл. с экрана. - Яз. рус.

собственного продвижения. Вся необходимая информация о рекламном агентстве для целевой аудитории опубликована, на данный момент, на официальном сайте, где можно найти перечень услуг и задать вопросы по телефону, почте.

Поэтому можно сделать вывод о том, что информированность о деятельности и услугах рекламного агентства в сети Интернет находится на низком уровне. Целевая аудитория не получает новую информацию об агентстве, а новые клиенты не могут узнать об организации, как об игроке на рынке.

В параграфе 2.2 прописаны особенности Интернет рекламы ( на примере рекламного агентства «Варона»).

Для эффективного продвижения агентства необходимо разработать стратегию маркетинговых коммуникаций.

Рекламное агентство «Варона» имеет низкую узнаваемость в обществе, поэтому коммуникативными целями для продвижения рекламы в Интернете являются:

- продвижение собственных профилей агентства в социальных сетях (официальный сайт, Instagram, Вконтакте на первоначальной стадии продвижения);
- запуск рекламы в социальных сетях;
- запуск контекстной рекламы;

Итак, продвижение агентства путем рекламы в Интернете даст возможность повысить информированность целевой аудитории.

Комплексная программа продвижения в сети Интернет предполагает использование различных инструментов и каналов маркетинга. Воздействие на потребителя с различных сторон позволит охватить различные каналы восприятия и соответственно получить более эффективные результаты. Самым эффективным каналом распространения рекламы на данном рынке можно считать Интернет.

*Онлайн стратегия продвижения предполагает реализацию действий в сети Интернет в виде последующих тактик:*

1. Активное ведение блога в социальных сетях;
2. Работа с официальным сайтом его постоянное обновление;
3. Запуск контекстной и таргетированной рекламы;
4. Запуск E-mail рассылки.

*Окончательные пути решения данной проблемы рекламного агентства:*

1. Активность подписчиков в блоге рекламного агентства.
  - количество новых участников возрастёт;
  - количество комментариев под постами возрастёт;
  - количество отметок на пост увеличится.
2. Посещение официального сайта рекламного агентства. Кроме того, необходимо отслеживать источник перехода, таким образом, станет возможным определение самого эффективного канала привлечения трафика на сайт.
  - количество посетителей в сутки увеличится.

В случае успешной рекламы в Интернете, рекламное агентство «Варона» сможет повысить информированность целевой аудитории, о своих услугах и деятельности в целом, будет постоянный приток новых клиентов, повысится заинтересованность данным рекламным агентством.

В ходе написания выпускной квалификационной работы все поставленные цели и задачи были выполнены. В заключении стоит сказать о том, что продвижение в Интернете только набирает обороты и не все его возможности хорошо изучены, поэтому продолжают поиски новых решений и возможностей, как в продвижении рекламы в Интернете, так и в оценке ее эффективности.

В процессе написания дипломной работы, была изучена значительная теоретическая база, а приобретенные знания выполнены на практике. Удалось установить, что активное повышение количества пользователей в сети Интернет приводит к изменениям в структуре рекламного рынка. Для того



чтобы совершенствоваться в подобных рыночных условиях организациям необходимо уделять особый интерес к рекламе в Интернете.

В рамках подготовки теоретического раздела, были составлены характерные черты продвижения рекламного агентства в сети Интернет, которые получилось реализовать в практическом разделе этой дипломной работы.

Для того чтобы достигнуть установленных целей, в практическом разделе были спланированы онлайн - стратегии продвижения. Это запуск контекстной и таргетированной рекламы, создание и модернизация собственных информационных ресурсов.

Проанализировав рекламную деятельность агентства «Варона», а также деятельность других конкурентных агентств, мы пришли к выводу, что данную организацию необходимо продвигать посредством рекламы в Интернете. Основной упор должен быть направлен на социальные сети и другие.