Дипломная работа\_Эволюция рекламы: от традиционных медиа к цифровым каналам

Стр\_57

|  |
| --- |
| **ВВЕДЕНИЕ** |
|  |
| **1 ИЗМЕНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ЛАНДШАФТА** |
| 1.1 Особенности эволюции современной рекламы |
| 1.2 Теории рекламы как инструмента маркетинга. Анализ рекламных механизмов |
| 1.3 Основные перспективы методологии изучения феномена рекламы в историческом измерении |
| **2 АНАЛИЗ ДЕФИНИЦИЙ РЕКЛАМЫ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА** |
| 2.1 Анализ традиционных медиа каналов рекламы |
| 2.2  Анализ эффективности digital-каналов рекламы |
| 2.3 Проблемы  традиционных медиа-каналов и развитие цифрового маркетинга |
| **3 РЕКЛАМА В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ** |
| 3.1 Влияние информационно-технологической революции и меняющегося поведения потребителей на рекламную индустрию |
| 3.2 Интеграция традиционных и цифровых (офлайн и онлайн) медиа-каналов коммуникаций |
| 3.3 Прогнозы развития цифровой рекламы в 2024 году |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ** |

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В настоящее время реклама – это быстро развивающийся бизнес, привлекающий крупные инвестиции в свою сферу. Однако с тех пор, как активная рекламная деятельность начала развиваться в нашей стране менее десяти лет назад, серьезных исследований структуры и развития рекламного рынка было крайне мало.

В первой главе дипломной работы рассмотрены особенности эволюции современной рекламы.

На рубеже веков происходит нарастание количества рекламы, значительно возрастает цена за публикацию объявлений.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Абдилова, А. Т. Влияние цифровизации на рынок рекламы: тенденции и новые тренды / А. Т. Абдилова // Цифровые технологии в социально-экономическом развитии России: взгляд молодых : сборник статей и тезисов докладов XVI национальной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием, Челябинск, 18 февраля 2020 года. – Челябинск: Издательство «Перо», 2020. – С. 470-474.
2. Варданян, Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г. А. Варданян // Аллея науки. – 2020. – Т. 1. – № 3(42). – С. 730-735.
3. Головинова, А. С. Роль рекламы в предпринимательской деятельности / А. С. Головинова, Л. В. Лещенко // Интеграция наук. – 2019. – № 1(24). – С. 110-112.
4. Дальдинова, Э. О. Г. Функции и цели рекламы / Э. О. Г. Дальдинова, Д. Ю. Зодьбинова // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований : сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 13 мая 2020 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2020. – С. 97-99.
5. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учебное пособие / А. П. Дурович. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 158 с.