

242451 Повышение эффективности рекламной кампании средствами digital-коммуникаций на примере ООО "Форт-Медиа"

ВВЕДЕНИЕ 2

1 Теоретические основы проектирования рекламной кампании с использованием digital-коммуникаций 5

1.1 Рекламная кампания: основные этапы 5

1.2 Место digital-коммуникаций в рекламной кампании 17

1.3 Оценка эффективности digital-коммуникаций 20

2 Анализ рекламной деятельности ООО "Форт-Медиа" 32

2.1 Общая характеристика организации 32

2.2 Анализ внешней и внутренней среды 36

2.3 Исследование эффективности рекламы 42

2.3.1 Стратегия продвижения 42

2.3.2 Выбор социальных сетей для проведения рекламной кампании. SWOT – анализ 46

2.3.3 Анализ возможностей сервисов для автоматизации 52

3 Разработка проекта рекламной кампании с использованием digital-коммуникаций для ООО «Форт-Медиа» 59

3.1 Концепция проекта 59

3.1.1 Разработка контент – плана публикаций в социальных сетях 59

3.1.2 Разработка плана взаимодействий с площадками 61

3.1.3 Работа с подписчиками групп в социальных сетях 64

3.2 Содержание проекта рекламной кампании 67



План дипломной работы
Полная версия работы доступна на сайте <http://diplom-it.ru/>
[Skype diplom-it.ru](http://diplom-it.ru/) [E-mail admin@diplom-it.ru](mailto:admin@diplom-it.ru)
[Telegram, WhatsApp, Viber](https://t.me/diplom-it) +7(987)-915-99-32

3.3 Условия и критерии эффективности реализации проекта

72

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 87

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 90

Приложение. Результаты анализа публикаций 93



План дипломной работы
Полная версия работы доступна на сайте <http://diplom-it.ru/>
[Skype diplom-it.ru](http://diplom-it.ru/) [E-mail admin@diplom-it.ru](mailto:admin@diplom-it.ru)