

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК  
Кафедра социальной коммуникации

ТРАВКИН Вадим Валерьевич

**МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ  
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СПОРТЕ**  
(на примере Национальной сборной Республики Беларусь по футболу)

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ  
Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:  
Пинчук Игорь Викторович  
кандидат социологических наук

Минск, 2022

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования в дипломной работе – стратегия продвижения спортивного мероприятия и его участников в сфере маркетинговых коммуникаций в условиях современного рынка.

Предмет исследования дипломной работы – особенности маркетинговых коммуникаций в профессиональном спорте, на примере Национальной сборной Республики Беларусь по футболу.

Цель дипломной работы – определение специфики и возможностей маркетинговых коммуникаций в сфере спорта. Методологическую основу составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, а также частно научные, используемые при проведении социологических исследований (метод экспертного интервью).

В процессе написания дипломной работы рассмотрены следующие аспекты: роль физической культуры и профессионального спорта в Беларуси, проблемы развития профессионального футбола в Беларуси, возможности и особенности маркетинговых коммуникаций в продвижении спортивной команды, проведено экспертное интервью для изучения маркетинговых коммуникаций по продвижению Национальной сборной республики Беларусь по футболу, предложен проект по продвижению и повышению узнаваемости национальной сборной по футболу и популяризации футбола в нашей стране.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к продвижению национальной сборной на спортивном рынке и недостаточным вниманием к белорусскому футболу со стороны общества. Полученные результаты исследования могут быть использованы в теоретическом и практическом аспектах. Материалы дипломной работы могут найти применение в учебной практике, а также при разработке маркетинговой стратегии по продвижению и популяризации футбола в Беларуси.

Материалы и результаты исследований в дипломной работе были получены на основании самостоятельных теоретических и практических изысканий и изучении достоверных источников.

*Ключевые слова: физическая культура, спорт, социология спорта, спортивная политика, профессиональный спорт, футбол, концепция по развитию футбола, коммерческая деятельность в спорте, коммерческая реклама, Национальная сборная Республики Беларусь по футболу, стратегия продвижения, маркетинговые коммуникации, Ассоциация «Белорусская Федерация футбола».*