

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ

ПРИХОДЬКО

Елена Викторовна

ТЕХНОЛОГИИ ЭФФЕКТИВНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА ПО РЕКЛАМЕ

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:

доцент кафедры истории журналистики и

менеджмента СМИ

Е. П. Береснева

Минск, 2015

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 74 страницы, 36 источников, 5 приложений.

Перечень ключевых слов: МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, СЕЛФМЕНЕДЖМЕНТ, МОТИВАЦИЯ, АКТИВИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА, РЕДАКЦИЯ СМИ.

Объект исследования - профессиональная деятельность менеджера по рекламе.

Предмет исследования - процесс стимулирования деятельности рекламных менеджеров руководителем отдела рекламной службы.

Цель данной работы - изучить технологии оптимизации деятельности менеджеров по рекламе в условиях современного развития менеджмента как науки.

Методы исследования: общенаучные – анализ, классификация, обобщение. Частные - наблюдение, беседа, опрос, анкетирование, интервью.

Полученные результаты и их новизна. В дипломной работе впервые комплексно исследованы вопросы специфики профессиональной деятельности менеджера по рекламе в структуре редакции общереспубликанской газеты. Выводы и рекомендации

Новизна работы обусловлена тем, что характерные особенности работы менеджеров по рекламе изучены путем детального анализа среды их деятельности – крупнейшей республиканской газеты Республики Беларусь.

Область возможного практического применения. Выводы, рекомендации могут быть использованы руководителями, редакторами отдела рекламы, а также некоторых других рекламных служб со сходной спецификой деятельности.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

RESUME

Thesis contains of 74 pages, 36 sources, 5 applications.

List of key words: ADVERTISING MANAGER, ADVERTISING MANAGEMENT, SELFMANAGEMENT, MOTIVATION, ACTIVATION OF CREATIVITY, EDITORIAL OF MASS MEDIA.

The object of study - professional activity advertising manager.

Subject of research - the process of stimulation of the activity of advertising managers Head of the advertising service.

The purpose of this work - to explore the technology optimization of advertising managers in the modern development of management as a science.

Methods: general scientific - analysis, classification, generalization. Private - observation, interview, survey questionnaires, interviews.

The results and their novelty. The thesis work for the first time comprehensively explored issues specificity of professional activity advertising manager in the structure of the editorial board of the newspaper nationwide. Conclusions and recommendations.

The novelty of the work due to the fact that the characteristic features of the advertising managers studied by a detailed analysis of the environment of their activities - the largest national newspaper of the Republic of Belarus.

The area of possible practical applications. The findings, recommendations can be used leaders, editors, advertising department, as well as some other advertising services with a similar specific activity.

The work's author work confirms the authenticity of materials and results of the thesis, as well as the independence of it's implementation.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 74 старонкі, 36 крыніц, 5 дадаткаў.

Пералік ключавых слоў: МЕНЕДЖЕР ПА РЭКЛАМЕ, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЭКЛАМНЫ МЕНЕДЖМЕНТ, СЭЛФМЕНЕДЖМЕНТ, МАТЫВАЦЫЯ, АКТЫВІЗАЦЫЯ ТВОРЧАГА ПАТЭНЦЫЯЛУ, РЭДАКЦЫЯ СМІ.

Аб'ект даследавання – прафесійная дзейнасць менеджара па рэкламе.

Прадмет даследавання – працэс стымулявання дзейнасці рэкламных менеджэраў кіраўніком аддзела рэкламнай службы.

Мэта дадзенай працы – вывучыць тэхналогіі аптымізацыі дзейнасці менеджэраў па рэкламе ва ўмовах сучаснага развіцця менеджменту як навукі.

Метады даследавання: агульнанавуковыя - аналіз, класіфікацыя, абагульненне. Прыватныя - назіранне, гутарка, апытанне, анкетаванне, інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У дыпломнай працы ўпершыню комплексна даследаваныя пытанні спецыфікі прафесійнай дзейнасці менеджара па рэкламе ў структуры рэдакцыі агульнарэспубліканскай газеты. Высновы і рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны кіраўнікамі, рэдактарамі аддзела рэкламы, а таксама некаторых іншых рэкламных службаў з падобнай спецыфікай дзейнасці.

Навізна працы абумоўленая тым, што характэрныя асаблівасці працы мэнэджэраў па рэкламе вывучаны шляхам дэталёвага аналізу асяроддзя іх дзейнасці – найбуйнейшай рэспубліканскай газеты Рэспублікі Беларусь.

Вобласць магчымага практычнага прымянення. Высновы, рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны кіраўнікамі, рэдактарамі аддзела рэкламы, а таксама некаторых іншых рэкламных службаў з падобнай спецыфікай дзейнасці.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.