Продвижение печатных СМИ средствами маркетинговых коммуникаций (на примере газеты «Минский курьер»): аннотация к дипломной работе / Бобкова Екатерина Андреевна; Факультет философии и социальных наук; Кафедра социальной коммуникации; научный руководитель: Елсукова Наталья Альбертовна

Объект исследования дипломной работы – печатные СМИ, предмет исследования – продвижение печатных СМИ. Цель дипломной работы – определить теоретические и методические основы продвижения печатных СМИ и применить их на практике в разработке программы продвижения газеты «Минский курьер». В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделены основные характеристики печатных СМИ, значимые с точки зрения продвижения; выявлены основные тенденции развития печатных СМИ в современном мире; выделены факторы выживания печатных СМИ в борьбе с сетью Интернет, которые могут быть использованы как основания для позиционирования; проанализировано использование печатными СМИ основных инструментов продвижения, в том числе на опыте российских и зарубежных изданий; проведен ситуационный анализ газеты «Минский курьер»; разработан план продвижения газеты «Минский курьер».

Ключевые слова: продвижение, продвижение печатных СМИ, маркетинг СМИ, планирование продвижения печатных СМИ, комплекс продвижения, реклама печатных СМИ, пиар печатных СМИ, стимулирование сбыта печатных СМИ, целевая аудитория, позиционирование печатных СМИ.

Print Media Promotion by the Means of Marketing Communications (on the Example of «Minsk Courier»): graduate thesis abstract / Ekaterina Bobkova; Faculty of Philosophy and Social Sciences; Department of Social Communication; supervisor: Natalia A. Elsukova

The object of the thesis research is print media, the subject of the research is print media promotion. The aim of the thesis is investigation of theoretical and methodical basics of print media promotion and its application in devising of promotional plan for «Minsk Courier» newspaper. In the course of writing this thesis following results were obtained: we have identified a number of key characteristics of print media essential for promotion; revealed main trends in print media development in modern world; identified factors of survival of print media in struggle against the Internet that can be used as bases for positioning; analyzed the use of basic promotional tools by print media, including practices of local and foreign periodicals; carried out situational analysis of «Minsk Courier» newspaper; devised the promotional plan for «Minsk Courier» newspaper.

Keywords: promotion, print media promotion, media marketing, print media promotion planning, promotional mix, advertising of print media, print media public relations, print media sales promotion, target audience, print media positioning.