

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати

РЫБАЛКО

Денис Валерьевич

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ
СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Дипломная работа

Научный руководитель:

Кандидат филологических наук,
доцент В. П. Воробьев

Допущен к защите

« ____ » _____ 2017 г.

Зав. кафедрой периодической печати,

кандидат филологических наук, доцент О.М. Самусевич

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Рыбалко Дениса Валерьевича
Маркетинговые стратегии популяризации
средств массовой информации

Объем работы – 57

Количество приложений – 0

Количество таблиц – 0

Количество диаграмм – 0

Количество использованных источников – 44

Ключевые слова: СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВАЯ КАМПАНИЯ, АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ, СБ БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ, ЗВЯЗДА.

Объектом исследования является деятельность редакций газет «Аргументы и Факты», «СБ Беларусь Сегодня», «Звезда»

Цель исследования – изучить маркетинговые стратегии СМИ на примере трех крупных изданий.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем фактом, что без разработки и реализации маркетинговой стратегии жизнедеятельность и развитие современного СМИ не являются возможными.

Для достижения цели исследования были определены все аспекты построения и реализации маркетинговой стратегии, изучены и подвержены анализу характерные маркетинговые ходы и приемы таких изданий, как «Аргументы и Факты», «СБ Беларусь сегодня», «Звезда». В процессе написания теоретической части была изучена учебная, справочная, научная и научно-популярная литература.

Результатом стал анализ маркетинговых решений газет «Аргументы и Факты», «СБ Беларусь сегодня», «Звезда». Выявлены проблемы в маркетинговых ходах вышеназванных изданий и предложены пути их решения. Полученные данные можно использовать как для дальнейшей популяризации вышеназванных изданий, так и для разработки маркетинговой стратегии стороннего СМИ.

Степень самостоятельности – данная работа представляет собой самостоятельно проведенное автором исследование и носит творческий характер.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Рыбалка Дзяніса Валер'евіча
Маркетынжавыя стратэгіі папулярызацыі
сродкаў масавай інфармацыі

Аб'ём працы – 57

Колькасць прыкладанняў – 0

Колькасць табліц – 0

Колькасць выкарыстаных крыніц – 44

Ключавыя словы: СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, МАРКЕТЫНГАВАЯ КАМПАНІЯ, АРГУМЕНТЫ І ФАКТЫ, СБ БЕЛАРУСЬ СЁННЯ, ЗВЯЗДА.

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца дзейнасць рэдакцый газет «Аргументы і Факты», «СБ Беларусь сёння», «Звязда».

Мэта даследавання – вывучыць маркетынжавыя стратэгіі СМІ на прыкладзе трох буйных выданняў.

Аktуальнасць абранай тэмы абумоўлена тым фактам, што без распрацоўкі і рэалізацыі маркетынгававай стратэгіі жыццядзейнасць і развіццё сучаснага СМІ не з'яўляюцца магчымымі.

Для дасягнення мэты даследавання былі вызначаны ўсе аспекты пабудовы і рэалізацыі маркетынгававай стратэгіі, вывучаны і схільны аналізу характэрныя маркетынжавыя хады і прыёмы такіх выданняў, як «Аргументы і Факты», «СБ Беларусь сёння», «Звязда». У працэсе напісання тэарэтычнай часткі была вывучана навучальная, даведкавая, навуковая і навукова-папулярная літаратура.

Вынікам стаў аналіз маркетынжавых рашэнняў газет «Аргументы і Факты», «СБ Беларусь сёння», «Звязда». Выяўлены праблемы ў маркетынжавых хадах вышэйназваных выданняў і прапанаваны шляхі іх рашэння. Атрыманыя дадзеныя можна выкарыстоўваць як для далейшай папулярызацыі вышэйназваных выданняў, так і для распрацоўкі маркетынгававай стратэгіі іншага СМІ.

Ступень самастойнасці – дадзеная праца ўяўляе сабой самастойна праведзенае аўтарам даследаванне і носіць творчы характар.

ABSTRACT THESIS

Rybalko Denis Valerievich
Marketing strategies for mass media popularization

The size of work – 57

The number of applications – 0

The number of tables – 0

The number of diagrams – 0

The number of used sources – 44

Key words: MEDIA, MARKETING, ADVERTISING, MARKETING CAMPAIGN, ARGUMENTI AND FACTI, SB BELARUS SEGODNIA, ZVIAZDA.

The objects of the research is the work of "Arguments and Facts", "Belarus Today" and "Zvyazda" editorial offices

The main purpose is to study the marketing strategies of the media on the example of three major publications.

The relevance of the chosen topic is conditioned by the fact that without developing and implementing a marketing strategy the vital activity and development of modern media are not possible.

To achieve the following objectives, all aspects of the design and implementation of the marketing strategy were identified, characteristic marketing moves and receptions of such newspapers as "Arguments and Facts", "SB Belarus segodnia" and "Zvyazda" were studied and analyzed. In the process of writing the theoretical part, the educational, reference, scientific and popular science literature was studied.

The results of research was the analysis of marketing decisions of the newspapers "Argumenti and Facti", "SB Belarus segodnia", "Zvyazda". The problems in marketing moves of the above-named editions are revealed and the ways of their solution are offered. Obtained data can be used either for further popularization of the above-mentioned publications or for developing a marketing strategy for third-party media.

A level of self-working – this work is an independently conducted by the author.