

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации**

БОЛОХНИНА
Дарья Алексеевна

**ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ
В СПОРТИВНЫХ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯХ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент П.Л. Соловьев

Допущена к защите

«___» _____ 2018 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 70, рисунков – 4, таблиц – 1, источников – 49, приложений – 3.

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ, ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯ, СПОРТИВНЫЕ СМИ.

Объект исследования – рекламная коммуникация в спортивных СМИ.

Предмет исследования – технологии рекламной коммуникации в спортивных онлайн-изданиях.

Цель дипломной работы – выявление и анализ рекламных технологий, которые применяются в спортивных онлайн-изданиях.

Методы исследования: системный метод для формирования проблемной ситуации, постановки задач и способов их достижения; абстрактно-логический метод для отражения сущности понятий на основе последующих умозаключений; эмпирический метод – метод анализа – с целью определения политики спортивных онлайн-изданий в отношении производства рекламы, а также выявления и анализа используемых в спортивных онлайн-изданиях рекламных технологий.

Полученные результаты и их новизна: в работе рассмотрены специфика и значение рекламных коммуникаций в белорусских спортивных онлайн-изданиях, а также описаны технологии рекламы, характерные для данного типа медиаресурсов; на основе проведенных исследований предложены рекомендации по совершенствованию процесса рекламной коммуникации спортивных медиа в Беларуси.

Область возможного практического применения: выявленные в работе технологии рекламной коммуникации в спортивных онлайн-изданиях могут быть положены в основу программ и проектов Белорусской ассоциации спортивной прессы (БАСП), использованы в практике белорусских СМИ, освещающих тему спорта, и при подготовке учебно-методических материалов.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованные в работе.

Болохнина Д.А.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 70, малюнкаў – 4, табліц – 1, крыніц – 49, дадаткаў – 3.

РЭКЛАМА, РЭКЛАМНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, ТЭХНАЛОГІІ, ІНТЭРНЭТ, АНЛАЙН-ВЫДАННІ, СПАРТЫЎНЫЯ СМІ.

Аб’ект даследавання – рэкламная камунікацыя ў спартыўных СМІ.

Прадмет даследавання – тэхналогіі рэкламнай камунікацыі ў спартыўных анлайн-выданнях.

Мэта дыпломнай працы – выяўленне і аналіз рэкламных тэхналогій, якія ўжываюцца ў спартыўных анлайн-выданнях.

Метады даследавання: сістэмны метады для фарміравання праблемнай сітуацыі, пастаўкі задач і спосабаў іх дасягнення; абстрактна-лагічны метады для адлюстравання сутнасці паняццяў на аснове наступных высноў; эмпірычны метады – метады аналізу – з мэтай вызначэння палітыкі спартыўных анлайн-выданняў у адносінах да вытворчасці рэкламы, а таксама выяўлення і аналізу рэкламных тэхналогій, якія выкарыстоўваюцца ў спартыўных анлайн-выданнях.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: у працы былі разгледжаны спецыфіка і значэнне рэкламных камунікацый у беларускіх спартыўных анлайн-выданнях, а таксама апісаны тэхналогіі рэкламы, якія характэрны для дадзенага тыпу медыярэсурсаў; на выснове праведзеных даследаванняў былі пададзены рэкамендацыі па ўдасканаленню працэсу рэкламнай камунікацыі спартыўных медыя ў Беларусі.

Сфера магчымага практычнага прымянення: выяўленыя ў працы тэхналогіі рэкламнай камунікацыі могуць быць пакладзены ў аснову праграм і праектаў Беларускай асацыяцыі спартыўнай прэсы (БАСП), выкарыстаны ў практыцы беларускіх СМІ, якія асвятляюць тэму спорта, і пры падрыхтоўцы вучэбна-метадычных матэрыялаў.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць даследаванняў, а таксама аб’ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарастаныя ў працы.

Балахніна Д.А.

SUMMARY

Diploma thesis: pages – 70, pictures – 4, tables – 1, sources – 49, appendix – 3.

ADVERTISING, ADVERTISING COMMUNICATIONS, TECHNOLOGIES, INTERNET, MEDIA, SPORTS MEDIA.

The object of the research – advertising communications in sports media.

The subject of the research – technologies of advertising communications in sports media.

The purpose of the work – to detect and to analyze the technologies of advertising communications in sports media.

The research methods: systematic method for forming a problem situation, setting goals and ways to achieve them; abstract-logical method to reflect the essence of the concepts based on the following reasoning; empirical method – analysis technique – to detect the sports media's policy in producing ads, and to detect and analyze the advertising technologies which sports media use.

The obtained results and their novelty: the paper examined the specifics and the impact of advertising communications in belarusian sports media, detected the advertising technologies which are specific for this type of media; based on this studies recommendations for improving the advertising communications process in Belarusian sports media have been given.

The area of possible practical applications: identified advertising technologies of sports media can be a kind of guideline for government agencies, nonprofit organizations, the Belarusian Association of Sports Media (BASM), may be used in the preparation of a tutorial and a special course for communication students.

The author of the study confirms the accuracy and objectivity of the references to the sources used in this work.

Balakhnina D.
