**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ**

ПЕТРОВА

Дарья Александровна

**ПРОДВИЖЕНИЕ МОЛОДЕЖНЫХ И ДЕТСКИХ ИЗДАНИЙ**

 **НА ИНФОРМАЦИОННОМ РЫНКЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель –

кандидат филологических наук

доцент И. Д. Воюш

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018 г.

Зав. кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ

кандидат филологических наук доцент Д. Н. Дроздов

Минск, 2018

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[РЕФЕРАТ 3](#_Toc516150846)

[ВВЕДЕНИЕ 6](#_Toc516150847)

[ГЛАВА 1 УПРАВЛЕНИЕ РЕДАКЦИЕЙ СМИ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 9](#_Toc516150848)

[1.1 Рынок средств массовой информации и его место в национальной экономике 9](#_Toc516150849)

[1.2 Способы продвижения издания на рынок 14](#_Toc516150850)

[1.3 Процессы управления редакцией. Эффективность редакционного менеджмента 17](#_Toc516150851)

[ГЛАВА 2 ДЕТСКАЯ И МОЛОДЕЖНАЯ ПРЕССА В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ 21](#_Toc516150852)

[2.1 Особенности детских и молодежных СМИ как товара 21](#_Toc516150853)

[2.2 Детские и молодежные издания на белорусском информационном рынке 26](#_Toc516150854)

[ГЛАВА 3 МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛОРУССКИХ МОЛОДЕЖНЫХ И ДЕТСКИХ ИЗДАНИЙ 32](#_Toc516150855)

[3.1 Привлечение аудитории к детским и молодежным печатными СМИ 32](#_Toc516150856)

[3.2 Оценка эффективности деятельности детских и молодежных изданий по продвижению 36](#_Toc516150857)

[3.3 Ключевые проблемы продвижения детских и молодежных изданий на рынке 43](#_Toc516150858)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 53](#_Toc516150859)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 55](#_Toc516150860)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 59](#_Toc516150861)

**РЕФЕРАТ**

Дипломная работа содержит: 54 страницы, 50 источников 7 рисунков, 1 таблицу, 4 приложения.

Перечень ключевых слoв: МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ, ДЕТСКИЕ СМИ, ПРОДВИЖЕНИЕ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, МЕНЕДЖМЕНТ, КОНКУРЕНЦИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЫНОК.

Объект исследования – деятельность редакций газеты «Переходный возраст» и «Знамя юности», журнал «Вясёлка» в конкурентной среде.

Предмет исследования – технологии продвижения молодежных и детских изданий на белорусском рынке массовой информации.

Цель работы – выявить методы успешного продвижения молодежных и детских СМИ на информационном рынке Беларуси.

Методы исследования: общенаучные (анализ, сравнение, прогнозирование); частные – социологические (опрос целевой аудитории, экспертное интервью); репутационного аудита (SWOT-анализ).

Полученные результаты и их новизна: рассмотрены основные характеристики и особенности детских и молодежных СМИ, изучены методы продвижения, при помощи социологического опроса и SWOT-анализа оценена эффективность продвижения газет «Знамя юности», «Переходный возраст» и журнала «Вясёлка», разработаны пути повышения эффективности продвижения. Новизна работы заключается в целостном анализе целей, задач и этапов продвижения детских и молодежных изданий Беларуси, проведении качественного анализа методов продвижения газет «Знамя юности», «Переходный возраст» и журнала «Вясёлка», разработке рекомендаций по улучшению методов привлечения новых читателей и сохранению уже существующих.

Область возможного практического применения: результаты исследования применимы при создании учебно-методических комплексов для студентов специальности «Журналистика (по направлениям)», разработке стратегического планирования деятельности СМИ, программ их продвижения на рынке, а также организации эффективной внутриредакционной деятельности.

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

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д. А. Петрова

**РЭФЕРАТ**

Дыпломная праца ўключае: 54 старонкi, 50 крыніц, 7 малюнкаў, 1 табліцу, 4 дадатки.

Пералік ключавых слoў: МАЛАДЗЁЖНЫЯ СМІ, ДЗІЦЯЧЫЯ СМІ, ПРАСОЎВАННЕ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ СТРАТЭГІІ, МЕНЕДЖМЕНТ, КАНКУРЭНЦЫЯ, ІНФАРМАЦЫЙНЫ РЫНАК.

Аб’ект даследавання – дзейнасць рэдакцыі газеты «Переходный возраст» і «Знамя юности», часопіс «Вясёлка» ў канкурэнтным асяродку.

Прадмет даследавання – асаблівасці прасоўвання маладзёжных і дзіцячых выданняў на беларускім рынку масавай інфармацыі.

Мэта працы – выявіць асноўныя метады паспяховага прасоўвання маладзёжных і дзіцячых СМІ на інфармацыйным рынку Беларусі.

Метады даследавання: агульнанавуковыя (аналіз, параўнанне, прагназаванне); прыватныя – сацыялагічныя (апытанне мэтавай аўдыторыі, экспертнае інтэрв'ю); рэпутацыйнага аўдыту (SWOT-аналіз).

Атрыманыя вынікі і іх навізна: разгледжаны асноўныя характарыстыкі і асаблівасці дзіцячых і маладзёжных СМІ, вывучаны метады прасоўвання, з дапамогай сацыялагічнага апытання і SWOT-аналізу ацэнена эфектыўнасць прасоўвання газет «Знамя юности», «Переходный возраст» і часопіса «Вясёлка», распрацаваны шляхі павышэння эфектыўнасці прасоўвання. Навізна працы складаецца ў цэласным аналізе мэт, задач і этапаў прасоўвання дзіцячых і маладзёжных выданняў Беларусі, правядзенні якаснага аналізу метадаў прасоўвання газет «Знамя юности», «Переходный возраст» і часопіса «Вясёлка», распрацоўцы рэкамендацый па паляпшэнню метадаў прыцягнення новых чытачоў і захаванню наяўных.

Галіна магчымага практычнага ўкаранення: вынікі даследавання могуць быць прыдатныя пры стварэнні вучэбна-метадычных комплексаў для студэнтаў спецыяльнасці «Журналістыка (па напрамках)», распрацоўцы стратэгічнага планавання дзейнасці СМІ, праграм іх прасоўвання на рынку, а таксама арганізацыі эфектыўнай унутрырэдакцыйнай дзейнасці.

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

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д. А. Пятрова

**RÉSUMÉ**

Le diplôme contient: 54 pages, 50 sources, 7 dessins, 1 tableau, 4 applications.

Liste de mots-clés: LES JEUNESSES EDITIONS, LES EDITIONS POUR LES ENFANTS, LA PROMOTION, LES STRATÉGIE DE MARKETING, LE MANAGEMENT, LA CONCURRENCE, LE MARCHE DE L’INFORMATION.

L’objet de l'étude - les journaux «Perehodniy vozrast» et «Znamia yunosti», le magazine «Vesyolka» pour une année civile.

Le sujet de l’étude – la particularités de la promotion de la jeunesse et des éditions pour enfants sur le marché biélorusse

Le but de l’étude - identification des principales méthodes de promotion réussie des editons pour les jeunes et pour les enfants sur le marché de l'information en Biélorussie.

Les méthodes de recherche: scientifique général (analyse, comparaison, prévision); prive – sociologique (public cible de l'enquête, interviews d'experts); vérification de la réputation (analyse SWOT).

Les résultats obtenus et leur nouveauté: Nous avons étudié les principales caractéristiques et singularité des editions pour les jeunes et pour les enfants. Nous avons étudié les méthodes de promotion, évalué leur efficacité dans les journaux «Perehodniy vozrast» et «Znamia yunosti», le magazine «Vesyolka» à travers une enquête sociologique et analyse SWOT. Nous avons élaboré des moyens de résoudre les problèmes afin d'améliorer l'efficacité de la promotion.

La nouveauté du travail: l’ analyse holistique des buts, des objectifs et des étapes de la promotion des editions pour les enfants et les jeunes en Biélorussie, la réalisation d'une analyse qualitative des méthodes de promotion des journaux «Znamia yunosti», «Perehodniy vozrast» et le magazine «Vesyolka». L’élaboration de recommandations pour améliorer les méthodes d'attraction de nouveaux lecteurs et préserver celles qui existent déjà.

Domaine d'application pratique possible: les résultats de la recherche sont applicables à la création de complexes pédagogiques et méthodologiques pour les étudiants de la spécialité «Journalisme», développement de planification stratégique pour les activités des médias, programmes pour leur promotion sur le marché et organisation d'activités intra-éditoriales efficaces.

Auteur du travail confirme la fiabilité des matériaux et les résultats de diplo,e, ainsi que l'indépendance de ses mise en œuvre.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Daria Pétrova