

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра медиалогии**

**НИКАНОВИЧ**  
Кристина Сергеевна

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТЕЛЕКАНАЛА «БЕЛАРУСЬ 5»:  
АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ  
КОММУНИКАЦИИ**

Магистерская диссертация

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук  
доцент Н.А. Зубченко

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Заведующий кафедрой медиалогии  
кандидат филологических наук  
доцент Федотова Н.А.

Минск, 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ .....	4
GENERAL DESCRIPTION OF THE WORK .....	5
ВВЕДЕНИЕ .....	6
ГЛАВА 1. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ МАССМЕДИА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ .....	9
1.1. Менеджмент – необходимый инструмент развития современных СМИ ....	9
1.2. Стратегии менеджмента телеканала .....	18
1.3. Роль маркетинга в менеджменте СМИ .....	25
ГЛАВА 2. АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТЕЛЕКАНАЛА «БЕЛАРУСЬ 5» .....	29
2.1. Понятие кризиса и антикризисного управления .....	29
2.2. Маркетинг в антикризисном управлении .....	37
2.3. Формирование сетки вещания телеканала «Беларусь 5».....	43
ГЛАВА 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ТЕЛЕКАНАЛА «БЕЛАРУСЬ 5».....	48
3.1. Маркетинговый комплекс и маркетинговые коммуникации .....	48
3.2. Инструменты маркетинговых коммуникаций .....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	66
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	73

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация содержит: 74 страницы; 4 диаграммы, 1 приложение; 54 использованных источников.

*Ключевые слова:* УПРАВЛЕНИЕ, МЕНЕДЖМЕНТ, АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, КРИЗИС, СМИ, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ТЕЛЕКАНАЛ, СТРАТЕГИЯ, РАЗВИТИЕ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, PR, SMM, КОНТЕНТ.

*Объектом* исследования являются теоретические, методические и практические основы формирования и реализации стратегии развития и маркетинговых коммуникаций аудиовизуальных медиа.

*Предметом* исследования является антикризисный менеджмент и маркетинговая деятельность телеканала «Беларусь 5».

*Цель работы* заключается в изучении стратегии развития и направлений реализации маркетинговой коммуникации телеканала «Беларусь 5», а также в выработке практических рекомендаций для обеспечения эффективной деятельности телеканала «Беларусь 5».

В работе были применены *методы исследования*: теоретические: классификация; эмпирические: сравнительный анализ, опрос, экспертное интервью, аналитические методы; общенаучные: дедукция, индукция.

*Полученные результаты и их новизна:* выявлена роль менеджмента в современных медиа; определена роль маркетинговых стратегий в менеджменте СМИ; проведен анализ направлений антикризисной деятельности в медиа; определены задачи маркетинговых стратегий телеканала «Беларусь 5»; изучена структура и определены задачи маркетинговых коммуникаций аудиовизуальных медиа; разработаны рекомендации по определению стратегий развития и эффективной реализации антикризисного управления и маркетинговых коммуникаций телеканала «Беларусь 5».

*Область возможного практического применения:* результаты исследования будут предоставлены менеджерам телеканала для разработки стратегии развития, выбора социальных сетей для продвижения телеконтента; также результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе в качестве материала для практических занятий для студентов факультета журналистики БГУ по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ».

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

## АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

Магістарская дысертацыя змяшчае: 74 старонкі, 4 дыяграмы, 1 прыкладанне; 54 выкарыстаных крыніц.

*Ключавыя словы:* КІРАВАННЕ, МЭНЭДЖМЕНТ, АНТЫКРЫЗІСНЫ МЭНЭДЖМЕНТ, КРЫЗІС, СМІ, ТЭЛЕБАЧАННЕ, ТЭЛЕКАНАЛ, СТРАТЭГІЯ, РАЗВІЦЦЁ, МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, PR, SMM, КАНТЭНТ.

*Аб'ектам* даследавання з'яўляюцца тэарэтычныя, метадычныя і практычныя асновы фарміравання і рэалізацыі стратэгіі развіцця і маркетынговых камунікацый аўдыёвізуальных медыя.

*Прадметам* даследавання з'яўляецца антыкрызісны менеджмент і маркетынговая дзейнасць тэлеканала «Беларусь 5».

*Мэта работы* заключаецца ў вывучэнні стратэгіі развіцця і напрамкаў рэалізацыі маркетынгавай камунікацыі тэлеканала «Беларусь 5», а таксама ў выпрацоўцы практычных рэкамендацый для забеспячэння эфектыўнай дзейнасці тэлеканала «Беларусь 5».

У працы былі ўжытыя *метады даследавання*: тэарэтычныя: класіфікацыя; эмпірычныя: параўнальны аналіз, апытанне, экспертнае інтэрв'ю, аналітычны метады; агульнанавуковыя: дэдукцыя, індукцыя.

*Атрыманыя вынікі і іх навізна:* выяўлена роля менеджменту ў сучасных медыя; вызначана роля маркетынговых стратэгіяў у менеджменце СМІ; праведзены аналіз напрамкаў антыкрызіснай дзейнасці ў медыя; вызначаны задачы маркетынговых стратэгіяў тэлеканала «Беларусь 5»; вывучана структура і вызначаны задачы маркетынговых камунікацый аўдыёвізуальных медыя; распрацаваны рэкамендацыі па вызначэнні стратэгіі развіцця і эфектыўнай рэалізацыі антыкрызіснага кіравання і маркетынговых камунікацый тэлеканала «Беларусь 5».

*Вобласць магчымага практычнага прымянення:* вынікі даследавання будуць прадастаўлены менеджэрам тэлеканала для распрацоўкі стратэгіі развіцця, выбару сацыяльных сетак для прасоўвання тэлекантента; таксама вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны ў навучальным працэсе ў якасці матэрыялу для практычных заняткаў для студэнтаў факультэта журналістыкі БДУ па дысцыпліне «Эканоміка і менеджмент СМІ».

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

## GENERAL DESCRIPTION OF THE WORK

*The master thesis contains:* 74 pages; 4 diagrams, 1 application; 54 used sources.

*Key words:* MANAGEMENT, MANAGEMENT, ANTI-CRISIS MANAGEMENT, CRISIS, MEDIA, TV, TV CHANNEL, STRATEGY, DEVELOPMENT, MARKETING, MARKETING COMMUNICATION, PR, SMM, CONTENT.

*The object* of the research is the theoretical, methodological and practical bases for the formation and implementation of the development strategy and marketing communications of audiovisual media.

*The subject* of the research is crisis management and marketing activities of the Belarus 5 channel.

*The aim of the work* is to study the development strategy and areas of marketing communication implementation of the Belarus 5 TV channel, as well as to develop practical recommendations for ensuring the effective operation of the Belarus 5 TV channel.

*In work methods of research were applied:* theoretical: classification; empirical: comparative analysis, survey, expert interview, analytical methods; general scientific: deduction, induction.

*The results and their novelty:* the role of management in modern media has been revealed; determined the role of marketing strategies in media management; analysis of the anti-crisis activities in the media; the objectives of the marketing strategies of the Belarus 5 channel were determined; studied the structure and tasks of marketing communications of audiovisual media; recommendations have been developed for determining development strategies and effective implementation of crisis management and marketing communications of the Belarus 5 channel.

*The area of possible practical application:* the results of the research will be provided to the managers of the TV channel to develop a development strategy, select social networks for the promotion of TV content; Also, the results of the study can be used in the educational process as a material for practical training for students of the Faculty of Journalism of the BSU on the subject "Economics and Media Management".

The author confirms the accuracy of the materials and results of the master's thesis, as well as the independence of its implementation.