

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ДАЙНЕКО  
Никита Алексеевич

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА  
В ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ  
НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ WARGAMING.NET**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
доцент А. И. Соловьев

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 72, источников – 89, приложений – 2.

### ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА В ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКОЙ КОМПАНИИ WARGAMING.NET

Объект исследования: современная индустрия видеоигр.

Предмет исследования – применяемые в видеоигровой сфере коммуникативные технологии продвижения

Цель работы: изучив особенности сферы и составив портрет среднестатистического потребителя, проанализировать технологии продвижения компьютерных игр на основе практических примеров их применения в кейсах компании *Wargaming.net* и предложить рекомендации по оптимизации коммуникации компании с целевыми аудиториями с учетом современных тенденции развития отрасли в целом.

Методы исследования: анализ, аналогия, индукция, сравнение, описание.

Полученные результаты и их новизна: путём анализа методов продвижения продукта компании *Wargaming.net* в СНГ и иных зарубежных странах были выявлены направления, которым компании стоит уделить особое внимание.

Была выявлена проблема с недостаточностью усилий по ликвидации «негатива» в Интернете, а также важная роль организации крупных мероприятий и работы в социальной сфере.

Новизна темы заключается в анализе и обобщении применения разных методик продвижения на разных территориях путём разных каналов.

Область возможного практического применения: проработанные в ходе дипломной работы рекомендации могут быть применены компанией *Wargaming.net* для оптимизации продвижения продукта, а также рассмотрены другими компаниями, работающими в видеоигровой сфере.

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

Дайнеко Н.А. \_\_\_\_\_

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: старонак – 72, крыніц – 89, дадаткаў – 2.

ТЭХНАЛОГІІ ПРАСОЎВАННЯ ПРАДУКТУ Ў ВІДЭАГУЛЬНЯВОЙ ІНДУСТРЫІ НА ПРЫКЛАДЗЕ БЕЛАРУСКАЙ КАМПАНІІ WARGAMING.NET

Аб'ект даследавання: сучасная індустрыя відэагульняў.

Прадмет даследавання – камунікатыўныя тэхналогіі прасоўвання, якія выкарыстоўваюцца ў відэагульнявой сферы.

Мэта работы: вывучыўшы асаблівасці сферы і склаўшы партрэт сярэднестатыстычнага спажыўца, прааналізаваць тэхналогіі прасоўвання камп'ютэрных гульняў на аснове практычных прыкладаў іх прымянення ў кейсах кампаніі Wargaming.net і прапанаваць рэкамендацыі па аптымізацыі камунікацыі кампаніі з мэтавымі аўдыторыямі з улікам сучасных тэндэнцый развіцця галіны ў цэлым.

Метады даследавання: аналіз, аналогія, індукцыя, параўнанне, апісанне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: шляхам аналізу метадаў прасоўвання прадукту кампаніі Wargaming.net ў СНД і іншых замежных краінах былі выяўлены напрамкі, якім кампаніі варта надаць асаблівую ўвагу.

Была выяўлена праблема з недастатковасцю намаганняў па ліквідацыі «негатыву» у Інтэрнэце, а таксама важная роля арганізацыі буйных мерапрыемстваў і працы ў сацыяльнай сферы.

Навізна тэмы заключаецца ў аналізе і абагульненні прымянення розных метадык прасоўвання на розных тэрыторыях шляхам розных каналаў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапрацаваныя ў ходзе дыпломнай працы рэкамендацыі могуць быць ужытыя кампаніяй Wargaming.net для аптымізацыі прасоўвання прадукту, а таксама разгледжаны іншымі кампаніямі, якія працуюць у відэагульнявой сферы.

Аўтар работы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў рабоце.

Дайнэка М.А. \_\_\_\_\_

## **ABSTRACT**

Diploma work: 72 p., 89 sources, 2 applications.

TECHNOLOGIES OF PRODUCT PROMOTION IN THE VIDEO GAME INDUSTRY BY THE EXAMPLE OF THE BELARUSIAN COMPANY WARGAMING.NET

Object of research: modern video game industry.

Subject of research – communicative technologies used in the video game industry

Aim of work: by examining the characteristics of the sphere and constructing a profile of the average consumer, to analyze the technology of video games promotion, basing on practical examples of their application in case studies of Wargaming.net, and offer recommendations for optimizing the company's communication with target audiences taking into account modern trends in the industry as a whole.

Research methods: analysis, analogy, induction, comparison, description.

Obtained results and their novelty: by analyzing the methods of Wargaming.net product promotion in the CIS and other foreign countries, directions were identified that should be given special attention by the company.

The problem was identified as the lack of efforts to eliminate the “negativity” on the Internet, as well as the important role of organizing major events and activity in the social sphere.

The novelty of the topic lies in the analysis and generalization of the use of different methods of promotion on various territories through various channels.

Field of practical application: Wargaming.net, as well as other companies working in the video game industry, can apply recommendations developed during the thesis to optimize product promotion.

The author of the work confirms the reliability of the study, as well as the objectivity of references to sources used in the work.

Daineko N.A. \_\_\_\_\_