

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

КУПЦЕВИЧ

Светлана Андреевна

**КОММУНИКАЦИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ: СТРАТЕГИЯ, ТЕХНОЛОГИИ
(НА ПРИМЕРЕ ХОККЕЙНОГО КЛУБА «ДИНАМО-МИНСК»)**

Дипломная работа

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

Допущена к защите

« ___ » _____ 2020 г.

Зав.кафедрой технологий коммуникации
доктор филологических наук, доцент И.В.Сидорская

Минск, 2020

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 60 стр., 57 источников, 3 приложения.

КОММУНИКАЦИИ С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СПОРТЕ, СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИЙ В СПОРТЕ.

Объект исследования – коммуникация спортивной организации с целевыми аудиториями. Предмет исследования – технологии и стратегия коммуникации спортивной организации на примере коммуникационного взаимодействия ЗАО «ХК «Динамо-Минск» с целевыми аудиториями.

Цель работы – выявление особенностей в технологиях и стратегии коммуникации спортивной организации с целевыми аудиториями на примере хоккейного клуба «Динамо-Минск» и предложение рекомендаций по их оптимизации.

Методы исследования: наблюдения, описания, дедукции, системный, контент-анализа, абстрактно-логический.

Полученные результаты и их новизна: определены сущность, функции, модели внешней коммуникации современной спортивной организации; выявлены специфика, основная стратегия и технологии коммуникации с целевыми аудиториями в сфере спорта; изучены ресурсы и коммуникативные возможности хоккейного клуба «Динамо-Минск» в настоящее время; выявлены технологии и стратегия коммуникации ХК «Динамо-Минск» с целевой аудиторией в онлайн; определены технологии и стратегия коммуникации ХК «Динамо-Минск» с целевой аудиторией в офлайн; дана оценку коммуникации ХК «Динамо-Минск» со своими целевыми аудиториями, предложены пути оптимизации деятельности клуба в данной сфере. Новизна работы заключается в анализе стратегии и технологий коммуникации спортивных организаций с целевыми аудиториями (на примере хоккейного клуба «Динамо-Минск»)

Результаты дипломного исследования имеют практическую значимость. Они могут быть полезны специалистам по информации и коммуникации, маркетологам, специалистам по рекламе, журналистам, пресс-секретарям, а также ученым-исследователям данной проблемы, преподавателям, аспирантам, магистрантам и студентам, изучающим связи с общественностью, спортивный маркетинг и рекламу.

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

Купцевич С.А.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 60 стар., 57 крыніц, 3 дадаткі.

КАМУНІКАЦЫІ З МЭТАВЫМІ АЎДЫТОРЫЯМІ, СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ У СПОРЦЕ, СПАРТЫЎНЫ МАРКЕТЫНГ, ПРАСОЎВАННЕ СПАРТЫЎНАЙ АРГАНІЗАЦЫІ, СПЕЦЫФІКА КАМУНІКАЦЫЙ У СПОРЦЕ

Аб'ект даследавання – камунікацыя спартыўнай арганізацыі з мэтавымі аўдыторыямі.

Прадмет даследавання – тэхналогіі і стратэгія камунікацыі спартыўнай арганізацыі на прыкладзе камунікацыйнага ўзаемадзеяння ЗАТ «ХК «Дынама-Мінск» з мэтавымі аўдыторыямі.

Мэта даследавання – выяўленне асаблівасцей ў тэхналогіях і стратэгіі камунікацыі спартыўнай арганізацыі з мэтавымі аўдыторыямі на прыкладзе хакейнага клуба «Дынама-Мінск» і прапанаванне рэкамендацый па іх аптымізацыі.

Метады даследавання: назірання, апісання, дэдукцыі, сістэмны, кантэнт-аналізу, абстрактна-лагічны.

Атрыманая вынікі і іх навізна: вызначаны сутнасць, функцыі, мадэлі знешняй камунікацыі сучаснай спартыўнай арганізацыі; выяўлены спецыфіка, асноўная стратэгія і тэхналогіі камунікацыі з мэтавымі аўдыторыямі ў сферы спорту; вывучаны рэсурсы і камунікатыўныя магчымасці хакейнага клуба «Дынама-Мінск» ў цяперашні час; выяўлены тэхналогіі і стратэгія камунікацыі ХК «Дынама-Мінск» з мэтавай аўдыторыяй у анлайне; вызначаны тэхналогіі і стратэгія камунікацыі ХК «Дынама-Мінск» з мэтавай аўдыторыяй ў афлайне; дадзена ацэнка камунікацыі ХК «Дынама-Мінск» са сваімі мэтавымі аўдыторыямі, прапанаваны шляхі аптымізацыі дзейнасці клуба ў гэтай сферы.

Навізна працы заключаецца ў аналізе стратэгіі і тэхналогій камунікацыі спартыўных арганізацый з мэтавымі аўдыторыямі (на прыкладзе хакейнага клуба «Дынама-Мінск»).

Вынікі дыпломнага даследавання маюць практычную вартасць. Яны могуць быць карысныя спецыялістам па інфармацыі і камунікацыі, маркеталагам, спецыялістам па рэкламе, журналістам, прэс-сакратарам, а таксама навукоўцам-даследчыкам дадзенай праблемы, выкладчыкам, аспірантам, магістрантам і студэнтам, якія вывучаюць сувязі з грамадскасцю, спартыўны маркетынг і рэкламу.

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

Купцэвіч С.А.

THE ABSTRACT OF THE DIPLOMA THESIS

The thesis contains 60 pages, 57 sources, 3 applications.

COMMUNICATIONS WITH TARGET AUDIENCES, PUBLIC RELATIONS IN SPORTS, SPORTS MARKETING, SPORTS BRAND PROMOTION, SPECIFICITY OF SPORTS COMMUNICATIONS

The object of the research is the communication of sports organization with target audiences.

The subject of the research is the technologies and strategy of communication of a sports organization using the communicatory interactions of CJSC «HC «Dinamo-Minsk» with its target audiences as an example.

The aim of the research is to identify the features of the technologies and strategy of communication with target audiences using CJSC «HC «Dinamo-Minsk» as an example and to propose the recommendations on its optimization.

The methods used are as follows: observation, description, deduction, systemic, content analysis, abstract logical.

The results obtained and their novelty: the essence, functions, models of external communication of modern sports organization have been defined; the specificity, main strategy and technologies of communication with target audiences in sports have been identified; actual resources and communicatory capabilities of HC «Dinamo-Minsk» have been studied; the technologies and strategy of online-communications with target audiences of HC «Dinamo-Minsk» have been revealed; the technologies and strategy of offline-communications with target audiences of HC «Dinamo-Minsk» have been defined; the communications with target audiences of HC «Dinamo-Minsk» have been rated, ways of club's activity optimization in this field have been proposed.

The novelty of the research lies in the analysis of the strategy and technologies of communications of sports organizations with its target audiences using HC «Dinamo-Minsk» as an example.

The results of the diploma thesis have practical significance. They can be useful to the information and communication specialists, marketers, advertising specialists, journalists, spokespersons, and to the research scientists, graduates, undergraduates, students studying public relations, sports marketing and advertising as well.

The author confirms the authenticity of the material and the results of the thesis and the originality of the research.

Kuptsevich S.A.
