

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

ЛИ
Хэ

**РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ
В МЕДИАСФЕРЕ БЕЛАРУСИ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель
Коршук Елена Владимировна
кандидат филологических наук, доцент

Допущена к защите
«___» _____ 2020 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью
Сидорская Ирина Владимировна
доктор филологических наук, доцент

Минск, 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

МЕДИАСФЕРА, КИТАЙСКИЕ БРЕНДЫ, КАНАЛЫ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Цель работы – анализ использования методов и каналов рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси.

Поставленная цель достигается решением следующих *задач*:

1. рассмотреть исторические и законодательные основания рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси;
2. проанализировать использование методов и каналов рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси.

Объект исследования – реклама китайских брендов.

Предмет исследования – характеристики рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси.

Полученные результаты: проведен анализ исторических и законодательных оснований рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси; изучено использование методов и каналов рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси.

Научная новизна исследования заключается в формулировании и обосновании основных положений и результатов исследования, основанных на определении предложений по улучшению медиасферы Республики Беларусь.

Магистерская диссертация содержит 69 страниц и состоит из общей характеристики, введения, двух глав, включающих четыре раздела, заключения и списка использованных источников, состоящего из 58 наименований.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

МЕДЫЯСФЕРЫ, КІТАЙСКІ БРЭНД, КАНАЛЕ РЭКЛАМЫ, РЕКЛАМНЫЕ КАМУНІКАЦЫІ

Мэта работы - аналіз выкарыстання метадаў і каналаў рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў у медыясферы Беларусі.

Пастаўленая мэта дасягаецца рашэннем наступных задач:

1.рассмотреть гістарычныя і заканадаўчыя падставы рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў у медыясферы Беларусі;

2.проанализировать выкарыстанне метадаў і каналаў рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў у медыясферы Беларусі.

Аб'ект даследавання - рэклама кітайскіх брэндаў.

Прадмет даследавання - характарыстыкі рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў у медыясферы Беларусі.

Атрыманыя вынікі: праведзены аналіз гістарычных і заканадаўчых падстаў рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў у медыясферы Беларусі; вывучана выкарыстанне метадаў і каналаў рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў у медыясферы Беларусі.

Навуковая навізна даследавання заключаецца ў фармуляванні і абгрунтаванні асноўных палажэнняў і вынікаў даследавання, заснаваных на вызначэнні прапаноў па паляпшэнню медыясферы Рэспублікі Беларусь.

Магістарская дысертацыя змяшчае 69 старонак і складаецца з агульнай характарыстыкі, ўвядзення, двух кіраўнікоў, якія ўключаюць чатыры раздзелы, заключэння і спісу выкарыстаных крыніц, які складаецца з 58 найменняў.

GENERAL CHARACTERISTICS OF THE WORK

MEDIA SPHERE, CHINESE BRANDS, ADVERTISING CHANNELS, ADVERTISING COMMUNICATIONS

The objective of the work is to analyze the use of methods and channels of advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus.

It is achieved by solving the following *tasks*:

1. consider the historical and legislative bases of advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus;
2. analyze the use of methods and channels of advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus.

The object of research is advertising used by Chinese brands.

The subject of the research is advertising communication features of Chinese brands in the media sphere of Belarus.

The results obtained: the analysis of historical and legislative bases of advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus was carried out; the use of methods and channels of advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus was studied.

The scientific novelty of the research consists in the formulation and justification of the main provisions and results of the research, based on the definition of proposals for improving the media sphere of the Republic of Belarus.

The master's thesis contains 69 pages and consists of a General description, an introduction, two chapters including four sections, a conclusion and a list of sources used, consisting of 58 titles.