

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

ОГОРОДНИК
Елена Владимировна

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОРОДСКОГО
ИЗДАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «МИНСКИЙ КУРЬЕР»)**

Дипломная работа

Научный руководитель –
кандидат филологических наук
доцент Д. Н. Дроздов

Допущена к защите

«___» _____ 2020 г.

Заведующая кафедрой медиалогии

кандидат филологических наук доцент Н.А. Федотова

Минск, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
ГЛАВА 1 ФЕНОМЕН ГОРОДСКОЙ ГАЗЕТЫ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЫ	10
1.1 Социально-экономические и культурные закономерности возникновения и развития городских изданий	10
1.2 Специфика становления городской прессы Республики Беларусь	16
ГЛАВА 2 КОНВЕРГЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТНОЙ РЕДАКЦИИ В СОСТАВЕ МЕДИАХОЛДИНГА	25
2.1 Реклама и PR-кампании как инструменты продвижения городского медиабренда	25
2.2 Аккаунты в социальных сетях и мессенджерах — важнейшие ресурсы продвижения современного издания	30
ГЛАВА 3 ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ГАЗЕТЫ «МИНСКИЙ КУРЬЕР» НА ИНФОРМАЦИОННОМ РЫНКЕ	39
3.1 Оффлайн-мероприятия как часть реализации редакционной политики маркетинга	39
3.2 Инновационные методы продвижения городской газеты в интернет пространстве	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	55

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 58 страниц, 40 источников, 4 рисунка.

Перечень ключевых слов: ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ, ГОРОДСКАЯ ГАЗЕТА, ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЫНОК, МЕДИАХОЛДИНГ.

Объект исследования – городская газета «Минский курьер».

Предмет исследования – технологии продвижения городского издания на информационном рынке.

Цель работы – анализ коммуникационной политики современного городского издания, выявлении ее особенностей, определении коммуникационных технологий, задействованных в продвижении идей данного издания.

Методы исследования: анализ, сравнение, классификация, дедукция, прогнозирование, интерпретация данных.

Полученные результаты и их новизна: рассмотрены основные характеристики и особенности городских изданий, изучены и оценены методы продвижения, разработаны пути повышения эффективности продвижения, проведен анализ сайта и аккаунтов в социальных сетях газеты «Минский курьер», выделены положительные и негативные тенденции.

Новизна работы заключается в комплексном анализе методов и принципов продвижения городских изданий Беларуси, определении стратегии взаимодействия с аудиторией газеты «Минский курьер», выявлении сильных и слабых сторон экономического менеджмента редакций.

Область возможного практического применения: Результаты исследования могут быть использованы при подготовке специалистов в области медиаменеджмента, создании учебно-методических комплексов, коррекции уже существующей стратегии продвижения и формировании на основе предложенных рекомендаций, а также организации эффективной маркетинговой деятельности редакций СМИ.

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

Е.В. Огородник

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 58 старонак, 40крыніц, 4 малюнка.

Пералік ключавых слоў: ТЭХНАЛОГІІ ПРАСОЎВАННЯ, ГАРАДСКАЯ ГАЗЕТА, ІНФАРМАЦЫЙНЫ РЫНАК, МЕДЫЯХОЛДЫНГ.

Аб'ект даследавання — гарадская газета «Мінскікур'ер».

Прадмет даследавання — тэхналогіі прасоўвання гарадскога выдання на інфармацыйным рынку.

Мэта работы — аналіз камунікацыйнай палітыкі сучаснага гарадскога выдання, выяўленне яе асаблівасцяў, вызначэнне камунікацыйных тэхналогій, якія былі задзейнічаны ў прасоўванні ідэй дадзенага выдання.

Метады даследавання: аналіз, параўнанне, класіфікацыя, дэдукцыя, прагназаванне, інтэрпрэтацыя дадзеных.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: разгледжаны асноўныя характарыстыкі і асаблівасці гарадскіх выданняў, вывучаны і ацэнены метады прасоўвання, распрацаваны шляхі павышэння эфектыўнасці прасоўвання, праведзены аналіз сайта і акаўнтаў у сацыяльных сетках газеты «Мінскі кур'ер», вылучаны станоўчыя і негатыўныя тэндэнцыі.

Навізна працы складаецца з комплекснага аналізу метадаў і прынцыпаў прасоўвання гарадскіх выданняў Беларусі, вызначэнні стратэгіі ўзаемадзеяння з аўдыторыяй газеты «Мінскікур'ер», выяўленні моцных і слабых бакоў эканамічнага менеджменту рэдакцый.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны пры падрыхтоўцы спецыялістаў у галіне медыяменеджмента, стварэнні вучэбна-метадычных комплексаў, карэкцыі ўжо існуючай стратэгіі прасоўвання і фарміраванні на аснове прапанаваных рэкамендацый, а таксама арганізацыі эфектыўнай маркетынгавай дзейнасці рэдакцый СМІ.

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

А.У. Агароднік

RESUME

Diploma work includes: 58pages, 40 source applications, 4 pictures.

List of key words: PROMOTION TECHNOLOGIES, CITY NEWSPAPER, INFORMATION MARKET, MEDIA HOLDING.

The object of research is the city newspaper "Minsk Courier".

The subject of investigation is technology for promoting a city publication in the information market.

The purpose is to analyze the communication policy of a modern city publication, identify its features, determine the communication technologies involved in promoting the ideas of this publication.

Methods: analysis, comparison, classification, deduction, forecasting, data interpretation.

The results and their novelty: the main characteristics and features of city publications are examined, methods of promotion are studied and evaluated, ways to increase the effectiveness of promotion are developed, an analysis of the website and social media accounts of the newspaper "Minsk Courier" is carried out, and positive and negative trends are highlighted.

The novelty of the work lies in a comprehensive analysis of the methods and principles of promoting city publications in Belarus, defining a strategy for interaction with the audience of the Minsk Courier newspaper, and identifying the strengths and weaknesses of the editorial's economic management.

The area of possible practical application: the results of the study can be used in training specialists in the field of media management, creating educational and methodological complexes, correcting an existing promotion strategy and forming on the basis of the recommendations made, as well as organizing effective marketing activities of media outlets.

The author of the work confirms the authenticity of the materials and the results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

E.V. Ogorodnik