**РЕФЕРАТ**

Дипломная работа содержит: 78 страниц, 57 источников, 10 приложений.

Перечень ключевых слов: РАДИОВЕЩАНИЕ, ФОРМАТ, МАРКЕТИНГ, ПЛАНИРОВАНИЕ, РЕКЛАМА, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, PR-ИНСТРУМЕНТЫ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ПРОГРАММНАЯ ПОЛИТИКА, КОНТЕНТ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

 **Объект исследования** – радио «Unistar» как одна из самых популярных и коммерчески успешных радиостанций страны. **Предмет исследования** – позиционирование радиостанции «Unistar» на белорусском медиарынке, маркетинговая стратегия радиостанция.

**Цель работы** – определить перспективные методы создания положительного имиджа современной коммерческой радиостанции и стратегическую основу успешного функционирования на радиорынке.

**Методы исследования**: методы теоретического познания, методы эмпирического исследования, общелогические методы.

**Полученные результаты** и их новизна: для успешной реализации маркетинговой стратегии и продвижения бренда современной коммерческой радиостанции на белорусском медиарынке важно проводить комплексное изучение целевой аудитории радиостанции, исходя из запросов и предпочтений которых выстраивается стратегия взаимодействия с рекламодателями для извлечения максимальной прибыли.

**Новизна работы**. Проведено комплексное исследование лидирующей радиостанции как коммерческого предприятия, выявлен современный алгоритм взаимодействия отдела продаж «Unistar» с рекламодателями, способы изучения аудитория и ее предпочтений на радио с дальнейшим применением результатов для построения программной и рекламной политики станции.

Практическое применение: результаты исследования могут применяться при создании учебных программ и спецкурсов по изучению стратегий и тактик лидерства радиостанций для студентов некоторых специальностей. Дипломная работа имеет значимость для корреспондентов, менеджеров, специалистов отделов продаж, pr-менеджеров, а также непосредственно для редакций радиостанций.

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

**РЭФЕРАТ**

Дыпломная праца змяшчае: 78 старонак, 57 крыніц, 10 дадаткаў.

Пералік ключавых слоў: РАДЫЁВЯШЧАННЕ, ФАРМАТ, МАРКЕТЫНГ, ПЛАНАВАННЕ, РЭКЛАМА, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, PR-ІНСТРУМЕНТЫ, ПРАСОЎВАННЕ, ПРАГРАМНАЯ ПАЛІТЫКА, КАНТЭНТ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ.

Аб'ект даследавання – радыё «Unistar» як адна з самых папулярных і камерцыйна паспяховых радыёстанцый краіны. Прадмет даследавання – пазіцыянаванне радыёстанцыі «Unistar» на беларускім медыярынку, маркетынгавая стратэгія радыёстанцыя.

**Мэта работы** – вызначыць перспектыўныя метады стварэння станоўчага іміджу сучаснай камерцыйнай радыёстанцыі і стратэгiчную аснову для паспяховага функцыянавання на радыёрынку.

**Метады даследавання**: метады тэарэтычнага пазнання, метады эмпірычнага даследавання, агульналагічныя метады і прыёмы даследавання.

**Атрыманыя вынікі** і іх навізна: для паспяховай рэалізацыі маркетынгавай стратэгіі і прасоўвання брэнда сучаснай камерцыйнай радыёстанцыі на беларускім медыярынку важна праводзіць комплекснае вывучэнне мэтавай аўдыторыі радыёстанцыі, зыходзячы з запытаў і пераваг якіх выбудоўваецца стратэгія ўзаемадзеяння з рэкламадаўцамі для здабывання максімальнага прыбытку.

**Навізна працы**. Праведзена комплекснае даследаванне паспяховай радыёстанцыі як камерцыйнага прадпрыемства, выяўлены сучасны алгарытм ўзаемадзеяння аддзелаў продажаў «Unistar» з рэкламадаўцамі, спосабы вывучэння аўдыторыі і яе перавагі на радыё з далейшым прымяненнем вынікаў для пабудовы праграмнай і рэкламнай палітыкі станцыі.

Практычнае прымяненне: вынікі даследаванняў могуць прымяніць пры стварэнні вучэбных праграм і спецкурсаў па вывучэнні стратэгіі і тактыкі лідарства радыёстанцыі для студэнтаў некаторых спецыяльнасцяў. Дыпломная праца мае значэнне для карпаратыўных супрацоўнікаў, менеджэраў, спецыялізаваных аддзелаў продажаў, PR-мэнэджараў, а таксама непасрэдна для рэдакцыі радыёстанцый.

Аўтар працы падцвярджае надзейнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

**ABSTRACT**

Diploma work includes: 78 pages, 57 sources, 7 applications.

The list of key words: BROADCASTING, FORMAT, MARKETING, PLANNING, ADVERTISING, TARGET AUDIENCE, PR-TOOLS, PROMOTION, SOFTWARE POLITICS, CONFITITUATION, CONFITION.

The object of research is «Unistar» radio as one of the most popular and commercially successful radio stations in the country. The subject of the research is the positioning of the «Unistar» radio station on the Belarusian media market, the marketing strategy of the radio station.

The purpose of the work is to determine the genre-thematic specifics of a commercial radio station of a specific format, promising methods of creating a positive image of the radio station brand and ways to organize work in the company.

Research methods: the theoretical knowledge's method, the empirical research's method, general logical and research methods.

The results obtained and their novelty: for the successful implementation of the marketing strategy and promotion of the «Unistar» brand in the Belarusian media market, it is important to conduct a comprehensive study of the target audience of the radio station, based on requests and preferences.

Novelty of work. A comprehensive study of the leading radio station as a commercial enterprise, revealed a modern algorithm for interaction of «Unistar» sales with advertisers, ways to study the audience and its preferences on the radio with further application of the results to build software and advertising policy of the station.

Area of possible practical application: the results of the study can be used in the creation of curricula and special courses to study leadership strategies and tactics on radio stations for students of some specialties. Thesis is important for correspondents, top managers, sales specialists, pr-managers, as well as directly for radio stations.

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