

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

Цзян
Цзюнь

**РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КИТАЙСКИХ
БРЕНДОВ В МЕДИАСФЕРЕ БЕЛАРУСИ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель:
ст. преподаватель
Р.Н. Костицын

Допущена к защите
«___» _____ 2021 г.

Зав. кафедрой
технологий коммуникации и связей с общественностью
кандидат филологических наук, доцент
_____ Ю.Н. Лукьянюк

Минск, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ В МЕДИАСФЕРЕ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Понятие рекламной коммуникации	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Влияние особенностей китайских культурных традиций на рекламную деятельность	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Рекламные стратегии китайских брендов в международной медиасфере	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ В МЕДИАСФЕРЕ БЕЛАРУСИ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Основные китайские бренды на белорусском рынке	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Особенности продвижения китайских брендов в белорусской медиасфере	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Рекомендации по совершенствованию рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЕ А	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	Ошибка! Закладка не определена.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 83 страницы, 77 источников, 2 приложения.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, БРЕНД, КИТАЙ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ

Объект исследования: деятельность и стратегия продвижения китайских компаний в Республике Беларусь.

Предмет исследования: способы и методы популяризация китайского бренда в белорусском медиапространстве.

Цель данной работы заключается в выявлении основных особенностей рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси.

В работе определено понятие рекламной коммуникации; показано влияние особенностей китайских культурных традиций на рекламную деятельность; исследованы рекламные стратегии китайских брендов в международной медиасфере; проанализированы особенности рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси; разработаны рекомендации по совершенствованию рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси.

Научная новизна исследования определяется тем, что в работе проведен детальный анализ рекламной коммуникации китайских брендов в медиасфере Беларуси.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

ABSTRACT

Thesis 83 pages, 77 sources, 2 appendices.

Keywords: ADVERTISING, BRAND, CHINA, MASS MEDIA, COMMUNICATIVE STRATEGY

Object of research: activities and promotion strategy of Chinese companies in the Republic of Belarus.

Subject of research: ways and methods of popularizing the Chinese brand in the Belarusian media space.

The purpose of this work is to identify the main features of the advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus.

The work defines the concept of advertising communication; shows the influence of the characteristics of Chinese cultural traditions on advertising; researched advertising strategies of Chinese brands in the international media sphere; the features of advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus have been analyzed; recommendations were developed to improve the advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus.

The scientific novelty of the research is determined by the fact that the work carried out a detailed analysis of the advertising communication of Chinese brands in the media sphere of Belarus.

The reliability of the materials and results of the thesis. The materials used and the results of the thesis are reliable. The work was done independently.