

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

БЕЛОУСОВА
Елена Владимировна

**РЕКЛАМНАЯ И PR-КОММУНИКАЦИЯ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ
НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ: ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА,
ТЕНДЕНЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доцент Е.В. Лебедева

Допущена к защите

«___» _____ 2021 г.

Зав.кафедрой технологий коммуникации
кандидат филологических наук Ю.Н. Лукьянюк

Минск, 2021

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа: страниц – 77, рисунков – 18, таблиц – 1, приложений – 5, использованных источников – 45.

РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ, PR-КОММУНИКАЦИЯ, PR-КОММУНИКАЦИЯ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ, ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМНОЙ И PR-КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ.

Объект исследования – рекламная и PR-коммуникация в индустрии красоты.

Предмет исследования – тенденции взаимодействия рекламной и PR-коммуникации в индустрии красоты на белорусском рынке (на примере салона красоты «Аксамит»).

Цель работы: проанализировать рекламную и PR-коммуникацию в индустрии красоты на белорусском рынке (на примере салона красоты «Аксамит») и дать рекомендации по грамотному использованию данных коммуникаций.

Методы исследования: основные положения и принципы методов научного обобщения и анализа научных данных, специальные методы (экспертное интервью, анкетный опрос, аудит, анализ кейсов, собственное наблюдение).

Полученные результаты: по данным экспертного интервью, анкетного опроса, аудита и анализа кейсов разработаны рекомендации по оптимизации рекламной и PR-коммуникации салона красоты «Аксамит».

Новизна темы заключается в использовании рекламной и PR-коммуникации как эффективных методов продвижения.

Область практического применения: рекомендации для продвижения салона красоты «Аксамит» с использованием современных трендов рекламной и PR-коммуникации.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

Белоусова Е.В.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ ПРАЦЫ

Дыплом змяшчае: старонак – 77, малюнкаў – 18, табліц – 1, прыкладанняў – 5, выкарыстаных крыніц – 45.

РЭКЛАМНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, РЭКЛАМНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ У ІНДУСТРЫІ ПРЫГАЖОСЦІ, PR-КАМУНІКАЦЫЯ, PR-КАМУНІКАЦЫЯ У ІНДУСТРЫІ ПРЫГАЖОСЦІ, АСАБЛІВАСЦІ І ТЭНДЭНЦЫІ УЗАЕМАДЗЕЙННЯ РЭКЛАМНЫХ І PR-КАМУНІКАЦЫЙ У ІНДУСТРЫІ ПРЫГАЖОСЦІ.

Аб'ект даследавання – рэкламная і PR-камунікацыя ў індустрыі прыгажосці.

Прадмет даследавання – тэндэнцыі ўзаемадзейнення рэкламнай і PR-камунікацыі ў індустрыі прыгажосці на беларускім рынку (на прыкладзе салона прыгажосці «Аксаміт»)

Мэта працы: прааналізаваць рэкламную і PR-камунікацыю ў індустрыі прыгажосці на беларускім рынку (на прыкладзе салона прыгажосці «Аксаміт») і даць рэкамендацыі па выкарыстанні дадзеных камунікацый.

Метады даследавання: асноўныя палажэнні і прынцыпы метадаў навуковага абагульнення і аналізу навуковых дадзеных, спецыяльныя метады (экспертнае інтэрв'ю, анкетаваанне, аўдыт, аналіз выпадкаў, уласнае назіранне).

Атрыманыя вынікі: паводле звестак экспертнага інтэрв'ю, анкетаваання, аўдыту і аналізу выпадкаў распрацаваны рэкамендацыі па аптымізацыі рэкламнай і PR-камунікацыі салона прыгажосці «Аксаміт».

Навізна тэмы – выкарыстанне рэкламнай і PR-камунікацыі як эфектыўных метадаў прасоўвання.

Вобласць практычнага прымянення: рэкамендацыі для прасоўвання салона прыгажосці «Аксаміт» з выкарыстаннем сучасных трэндаў рэкламнай і PR-камунікацыі.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаных у працы.

Белаўсава А.У.

ABSTRACT

The graduate work includes: 77 pages, 18 figures, 1 table, 5 appendices, 45 sources.

ADVERTISING COMMUNICATION, ADVERTISING COMMUNICATION IN THE BEAUTY INDUSTRY, PR-COMMUNICATION, PR-COMMUNICATION IN THE BEAUTY INDUSTRY, FEATURES AND TRENDS OF INTERACTION BETWEEN ADVERTISING AND PR-COMMUNICATION IN THE BEAUTY INDUSTRY.

The object of the research is advertising and PR-communication in the beauty industry.

The subject of the research is the trends in the interaction of advertising and PR-communication in the beauty industry in the Belarusian market (on the example of the beauty salon "Aksamit").

The purpose of the work: to analyze advertising and PR-communication in the beauty industry in the Belarusian market (on the example of the beauty salon «Aksamit») and to give recommendations on the proper use of these communications.

Research methods: basic principles and principles of scientific generalization and analysis of scientific data, special methods (expert interview, questionnaire survey, audits, case analysis, personal observation).

The results: according to the expert interview, questionnaire survey, audits, case analysis recommendations for optimizing advertising and PR-communication of beauty salons were developed.

The novelty of the topic lies in the use of advertising and PR-communication as effective methods of promotion.

The field of practical application: recommendations for promoting the beauty salon «Aksamit» using modern trends in advertising and PR-communication.

The author of the work confirms the authenticity of the materials of the graduate work, as well as the independence of its implementation.

Belousova H.V