

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК  
Кафедра социальной коммуникации

КОНОПЕЛЬКО Арсений Владимирович

**РЕКЛАМА В СФЕРЕ АВТОБИЗНЕСА: РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ  
(на примере печатной рекламы)**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:  
Купчинова Татьяна Владимировна  
кандидат социологических наук,  
доцент

Минск, 2021

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – реклама в сфере автобизнеса. Предмет исследования дипломной работы – тенденции развития рекламы в сфере автобизнеса. Цель дипломной работы – проанализировать тенденции развития рекламы в сфере автобизнеса, используя метод ретроспективного анализа. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, ретроспективно-исторический метод, а также частнонаучные методы, используемые при проведении социологических исследований (метод контент-анализа).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выявлены особенности и рекламы и ее видов, характеристика и особенности СМИ, выявлена роль дилера в автомобильной рекламе, выявлены возможности ретроспективного анализа в изучении рекламы, выявлены изменения в рекламе автопроизводителей автомобильного журнала «5 колесо».

Новизна полученных результатов обусловлена малоизученностью специфики репрезентации корпоративной культуры компаний в сети Интернет. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при формировании стратегии онлайн-деятельности в исследованных организациях.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

*Ключевые слова: реклама, автобизнес, сфера автобизнеса, автомобиль, функции рекламы, рекламам в автобизнесе, СМИ, рекламная деятельность, ретроспектива, ретроспективный анализ, ретроспективный метод.*