

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

ТКАЧ Елизавета Валерьевна

**МОТИВАЦИЯ И АРГУМЕНТАЦИЯ В РЕКЛАМНОЙ
КОММУНИКАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БРЕНДА
(на примере бренда «Coca-Cola»)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Кириллова Анастасия Владимировна
старший преподаватель

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – рекламная коммуникация коммерческого бренда. Предмет исследования дипломной работы – мотивация и аргументация в рекламной коммуникации коммерческого бренда. Цель дипломной работы – изучить, как используется мотивация и аргументация в рекламной коммуникации коммерческих брендов. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы анализа и синтеза, сравнения и обобщения, индукции и дедукции, в том числе метод социологического исследования контент-анализ.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: дано определение мотива, описаны его функции и виды, которые используются в рекламных сообщениях; выявлены подходы к изучению мотивации в рекламных сообщениях; рассмотрено понятие, виды и приемы аргументации в рекламных сообщениях; определено понятие рекламной коммуникации бренда, а также проанализирован процесс коммуникации и изучены инструменты, которые она использует; выделены мотивы и аргументы, которые используются в рекламных сообщениях бренда Кока-Кола; выявлена роль национальных стереотипов при создании рекламных сообщений бренда Кока-Кола.

Новизна полученных результатов обусловлена дефицитом информации в области практического применения мотивов и аргументов. Существует потребность в изучении текущей проблемы в связи с недостатком исследований на данную тему. Информация касательно анализа мотивов и аргументов, которые используются в рекламных сообщениях такого известного бренда как Кока-Кола, позволит следовать примеру этого бренда и в будущем делать более успешную рекламу схожих продуктов.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: мотивация, аргументация, бренд, рекламная коммуникация, рекламное сообщение, культура, международная реклама.