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

ДЕМИДОВИЧ Виктория Сергеевна

**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ
КОММУНИКАЦИИ ГЛОБАЛЬНЫХ БРЕНДОВ В СОЦИАЛЬНЫХ
МЕДИА НА ЛОКАЛЬНЫХ РЫНКАХ (НА ПРИМЕРЕ SAMSUNG)**

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

Научный руководитель:
Терещенко Мария Сергеевна,
старший преподаватель

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Магистерская диссертация магистранта кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук БГУ Демидович Виктории Сергеевны «Национально-культурные особенности рекламной коммуникации глобальных брендов в социальных медиа на локальных рынках (на примере SAMSUNG)» посвящена национально-культурным особенностям рекламной коммуникации глобального бренда Samsung в Instagram на белорусском и норвежском рынках. В работе рассмотрено понятие культуры с позиции функционалистского, интерпретативного и критического подходов, выделены особенности рекламы как инструмента международных маркетинговых коммуникаций, определена специфика создания рекламных сообщений с учетом особенностей национальных культур, проанализированы национальные культуры Беларуси и Норвегии по четырем культурным измерениям Г. Хофстеде, а также представлены результаты контент-аналитического исследования рекламной коммуникации глобального бренда Samsung в Instagram на рынках Беларуси и Норвегии, проведенного на основе типологии рекламных призывов и культурных измерений Н.Альберс-Миллер и Б. Гельб.

Цель магистерской работы – выявить национально-культурные особенности рекламной коммуникации глобального бренда Samsung в Instagram на белорусском и норвежском рынках.

Ключевые слова: культура, национальная культура, межкультурная коммуникация, реклама, международный маркетинг, глобальный бренд, маркетинговые коммуникации, контент-анализ.