

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

ДЗЕМІДОВІЧ Вікторыя Сяргееўна

**НАЦЫЯНАЛЬНА-КУЛЬТУРНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ РЭКЛАМНАЙ
КАМУНІКАЦЫІ ГЛАБАЛЬНЫХ БРЭНДАЎ У САЦЫЯЛЬНЫХ МЕДЫЯ
НА ЛАКАЛЬНЫХ РЫНКАХ (НА ПРЫКЛАДЗЕ SAMSUNG)**

Магістарская дысертацыя
АНАТАЦЫЯ

Спецыяльнасць 1-23 81 03 Камунікатыўны мэнэджмент

Навуковы кіраўнік:
Цярэшчанка Марыя Сяргееўна,
старэйшы выкладчык

Мінск, 2021

АНАТАЦЫЯ

Магістарская дысертация магистранта кафедры сацыяльнай камунікацыі факультэта філасофіі і сацыяльных навук БДУ Дземідовіч Вікторыі Сяргееўны «Нацыянальна-культурныя асаблівасці рэкламнай камунікацыі глабальных брэндаў у сацыяльных медыя на лакальных рынках (на прыкладзе SAMSUNG)» прысвечана нацыянальна-культурным асаблівасцям рэкламнай камунікацыі глабальнага брэнда Samsung у Instagram на беларускім і нарвежскім рынках. У дысертцыі разглядаюцца паняцце культуры з боку функцыяналістычнага, інтэрпрэтацыйнага і крытычнага падыходаў, вылучаны асаблівасці рэкламы як інструмента міжнародных маркетынгавых камунікацый, вызначана спецыфіка стварэння рэкламных паведамленняў з улікам асаблівасцей нацыянальных культур, прааналізаваны нацыянальныя культуры Беларусі і Нарвегіі па чатырох культурным вымярэннях Г. Хафстэда, а таксама прадстаўлены вынікі кантэнт-аналітычнага даследавання рэкламнай камунікацыі глабальнага брэнда Samsung у Instagram на рынках Беларусі і Нарвегіі, праведзенага на аснове тыпалогіі рэкламных заклікаў і культурных вымярэнняў Н. Альберс-Мілер і Б. Гельб.

Мэта магістарскай дысертцыі - выявіць нацыянальна-культурныя асаблівасці рэкламнай камунікацыі глабальнага брэнда Samsung у Instagram на беларускім і нарвежскім рынках.

Ключавыя словы: культура, нацыянальная культура, міжкультурная камунікацыя, рэклама, міжнародны маркетынг, глабальны брэнд, маркетынгавыя камунікацыі, кантэнт-аналіз.