

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

СУМАНЕЕВА Анна Юрьевна

СТОРИТЕЛЛИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 80 11 Коммуникации

Научный руководитель:
Гафарова Юлия Юрьевна
кандидат социологических наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Цель настоящей работы – выявить роль технологии сторителлинга в продвижении бренда.

Объект исследования магистерской диссертации – технология сторителлинга. Предмет исследования магистерской диссертации – особенности технологии сторителлинга в продвижении бренда.

В процессе написания магистерской диссертации были получены следующие результаты: выявлено определение, сущность и области применения технологии сторителлинга; определены составляющие грамотной истории; выделены различные подходы к определению бренда; рассмотрены различные архетипы бренда; выяснены особенности создания маркетинговой истории; раскрыта значимость технологии сторителлинга в продвижении бренда на примере бренда IKEA.

Ключевые слова: сторителлинг, история, нарратив, сюжет, фабула, бренд, функции бренда, брендинг, целевая аудитория, комплекс маркетинга, продвижение бренда, рекламная кампания.