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

ЧУЯСОВА Данута Витальевна

**ПРОДВИЖЕНИЕ ВИДЕОПРОДУКЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ
(на примере стриминговых платформ)**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент
А.Я.Сарна

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав и заключения. Первая глава теоретическая, в ней раскрываются особенности видеомаркетинга в сети интернет, суть и особенности стриминговых видео-сервисов, а также возможности и ограничения продвижения видеопродукции стриминговых сервисов в интернете.

Объем дипломной работы составляет 56 страниц и включает 2 приложения и 49 использованных источника.

Объект исследования дипломной работы – стриминговые сервисы.

Предмет исследования дипломной работы – особенности продвижения видеопродукции на стриминговых сервисах.

Цель дипломной работы – определить основные тенденции в продвижении видеопродукции стриминговых платформ.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, метод сравнения, описательный метод, а также сравнительный анализ.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: описаны формы продвижения видеопродукции стриминговых сервисов в интернете; описаны особенности функционирования онлайн-кинотеатров, их специфика; выделены основные рекламные инструменты, используемые сервисами для продвижения своей продукции, даны рекомендации по улучшению коммуникации с аудиторией посредством пересмотра используемых маркетинговых инструментов.

Новизна работы обусловлена низкой степенью разработки темы продвижения стриминговых сервисов ввиду новизны самого этого направления. Материалы и результаты исследования могут использоваться для анализа видеосервисами своих рекламных стратегий с целью их усовершенствования для более эффективной коммуникации со своей аудиторией.

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

Материалы и результаты исследования могут использоваться для анализа видеосервисами своих рекламных стратегий с целью их усовершенствования для более эффективной коммуникации со своей аудиторией

Ключевые слова: стратегии продвижения, рекламные инструменты, онлайн-кинотеатры, стриминговые сервисы, OTT-сервисы, VOD-платформы, реклама, маркетинговые технологии, видеопродукция.