

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

ЛЮЦКО Дар'я Дзянісаўна

**ТЭЛЕВІЗІЙНАЯ РЭКЛАМА НА СУЧАСНЫМ
БЕЛАРУСКІМ РЫНКУ**
(на прыкладзе рэкламы дзіцячага харчавання)

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
старшы выкладчык
В.Я.Дзмітрыева

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Аб'ект даследавання дыпломнай працы - тэлевізійная рэклама дзіцячага харчавання. Прадмет даследавання дыпломнай працы - асаблівасці тэлевізійнай рэкламы дзіцячага харчавання ў сучаснай Беларусі.

Мэта дыпломнай працы - разгляд тэлевізійнай рэкламы як інструмента маркетынгу. Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, апісальны метады, а таксама прыватнавуковыя, якія выкарыстоўваюцца ў сацыяльных навуках (кантэнт-аналіз).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжаны сучасныя падыходы да вызначэння тэлевізійнай рэкламы і функцыі тэлевізійнай рэкламы ў сучасным свеце; Тэлевізійная рэклама прааналізавана як адзінка ўздзеяння на спажыўцоў для прасоўвання брэндаў; даследавана інтэграцыя вобразаў у тэлевізійную рэкламу; дадзены перавагі і абмежаванні тэлевізійнай рэкламы. А таксама прааналізавана тэлевізійная рэклама дзіцячага харчавання.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена складанасцю выкарыстання тэлевізійнай рэкламы ў маркетынгу з прычыны недастатковага даследавання механізмаў, якія могуць быць задзейнічаны пры стварэнні рэкламных паведамленняў і праектаванні рэкламнай кампаніі. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай працы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама пры стварэнні тэлевізійнай рэкламы.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

Ключавыя словы: рэклама, тэлевізійная рэклама, віды тэлевізійнай рэкламы, маркетынг, прасоўванне, уздзеянне на спажыўца.