

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

ПРАКАПОВІЧ Іван Аляксеевіч

**СТРАТЭГІІ ПРАСОЎВАННЯ Ё СПАРТЫЎНАЙ СФЕРЫ
(НА ПРЫКЛАДЗЕ ВЕЛАСПЕДНАГА КЛУБА «МІНСК»)**

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат сацыялагічных навук,
дацэнт
І.В.Пінчук

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Структура дыпломнай работы складаецца з увядзення, трох кіраўнікоў і заключэння. Першы раздзел тэарэтычны, у ёй расчыняецца феномен стратэгіі пасоўвання ў спартовай сферы. Другая частка тэарэтычная, у ёй раскрываецца спецыфіка стратэгіі прасоўвання ў спартыўнай сферы, а таксама апісаны этапы аналізу стратэгіі прасоўвання веласіпеднага клуба «Мінск», прадэманстраваны працэс распрацоўкі SWOT, PEST аналізу і экспертнага інтэрв'ю. Аб'ём дыпломнай працы складае 43 старонкі і ўключае 4 ілюстрацый, 6 табліц, 2 дадатак і 29 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: маркетынагавыя стратэгіі, спорт, стратэгіі, спартыўны клуб, стратэгія прасоўвання, спартыўны маркетынг.

Мэта дыпломнай работы - вывучэнне стратэгіі прасоўвання ў спартыўнай сферы (на прыкладзе ТАА «Веласіпеднага клуба «Мінск»).

Аб'ект дадзенай працы – спартовая сфера.

Прадмет дыпломнай работы – стратэгіі прасоўвання ў спартыўнай сферы на прыкладзе ТАА «Веласіпедны клуб «Мінск».

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжаны паняцці асноў стратэгіі прасоўвання і дадзены характарыстыка стратэгіі у сферы спорту; дадзена агульная характарыстыка і выяўлена спецыфіка стратэгіі прасоўвання ў спартыўнай сферы; прааналізаваны асноўныя стратэгіі прасоўвання веласіпеднага клуба «Мінск»; складзены SWOT і PEST аналізы; праведзена экспертнае інтэрв'ю з кіраўніком веласіпеднага клуба «Мінск» дадзена агульная характарыстыка стратэгіям прасоўвання і рэкамендацыі па іх прымяненнях.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена недахопам даследаванняў ролі стратэгіі прасоўвання ў спартыўнай сферы.

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

Матэрыялы дыпломнай працы могуць быць карысныя асобам, якія займаюцца спартовым маркетынгам, распрацоўкай стратэгіі пасоўвання, маркетынгамым адмыслоўцам, могуць быць скарыстаны ў навучальным працэсе, у рамках дысцыплін «Маркетынг».