

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК МЕДИЙНЫЙ КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ В
МАРКЕТИНГЕ**

ГУК Анна Анатольевна

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Н.В.Черченко

Минск, 2025

Дипломная работа: 81 с., 21 рис., 14 табл., 64 источника, 1 прил.

МАРКЕТИНГ, МЕДИЙНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, OFF-LINE И ON-LINE СЕГМЕНТЫ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Цель исследования: выявление перспектив повышения результативности функционирования ЗАО «Столичное телевидение», в частности телеканала «СТВ», как медийного канала продвижения в маркетинге.

Объект исследования: медийные каналы продвижения в маркетинге.

Предмет исследования: ЗАО «Столичное телевидение» как медийный канал продвижения.

Методы исследования: наблюдение, кабинетные исследования, сравнение, обобщение, анализ.

Исследования и разработки: выявлены направления повышения результативности функционирования ЗАО «Столичное телевидение», в частности телеканала «СТВ», как медийного канала продвижения в маркетинге.

Область возможного применения: совершенствование функционирования ЗАО «Столичное телевидение» как медийного канала продвижения.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Graduate work: 82 p., 22 pictures, 14 tables, 63 sources, 1 appendix.

**MARKETING, MEDIA CHANNELS OF MARKETING PROMOTION,
TELEVISION, OFF-LINE AND ON-LINE SEGMENTS OF TELEVISION**

The purpose of the study: to identify the prospects for improving the performance of JSC «Stolichnoye TV», in particular the «STV» channel, as a media channel for marketing promotion.

The object of the study: media channels of promotion in marketing.

The subject of the study: JSC «Stolichnoye TV» as a media promotion channel.

Research methods: observation, desk research, comparison, generalization, analysis.

Research and development: the directions of increasing the effectiveness of the functioning of JSC «Stolichnoye TV», in particular the «STV» channel, as a media channel for marketing promotion, have been identified.

Scope of possible application: improving the functioning JSC «Stolichnoye TV» as a media promotion channel.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 82 с., 21 мал., 14 табл., 63 крыніцы, 1 прым.

МАРКЕТЫНГ, МЕДЫЙНЫЯ КАНАЛЫ ПРАСОЎВАННЯ Ў МАРКЕТЫНГУ, ТЭЛЕБАЧАННЕ, OFFLINE I ONLINE СЕГМЕНТЫ ТЭЛЕБАЧАННЯ

Мэта даследавання: выяўленне перспектывы павышэння выніковасці функцыянавання ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне», у прыватнасці тэлеканала «СТВ», як медыйнага канала прасоўвання ў маркетынгу.

Аб'ект даследавання: медыйныя каналы прасоўвання ў маркетынгу.

Прадмет даследавання: ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне» як медыйны канал прасоўвання.

Метады даследавання: назіранне, кабінетныя даследаванні, параўнанне, абагульненне, аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: выяўлены напрамкі павышэння выніковасці функцыянавання ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне», у прыватнасці тэлеканала «СТВ», як медыйнага канала прасоўвання ў маркетынгу.

Вобласць магчымага прымянення: удасканаленне функцыянавання ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне» як медыйнага канала прасоўвання.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова - аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.