

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

МАКОВСКАЯ Яна Константиновна

**КРЕАТИВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ
В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
старший преподаватель
О.Е.Дмитриева

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав и заключения. Первая глава теоретическая, в ней раскрываются понятие, значение и технологии креатива в коммерческой рекламе. Вторая глава является практической, в которой описаны особенности разработки креативной коммерческой рекламы на примере ООО «Паблик Креатив». Объем дипломной работы составляет 54 страниц и включает 5 приложений и 37 использованных источников.

Ключевые слова: коммерческая реклама, креатив, креативные концепции, креативные технологии, бренд, рекламная кампания, рекламное сообщение, элементы рекламного сообщения, рекламное изображение, целевая аудитория.

Объект исследования дипломной работы – современная белорусская коммерческая реклама.

Предмет исследования дипломной работы – креативные концепции в современной белорусской коммерческой рекламе.

Цель дипломной работы – раскрыть возможности использования креативных концепций при создании современной белорусской коммерческой рекламы.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, метод сравнения, описательный метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (неструктурированное интервью).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: определено понятие и сущность креатива в коммерческой рекламе; выявлены отличия понятий «креатив» и «творчество»; выделены существующие креативные технологии в коммерческой рекламе; определены этапы разработки рекламной кампании; представлены ключевые элементы рекламного сообщения; раскрыты возможности использования креативных концепций в коммерческой рекламе на примере ООО «Паблик Креатив» и дан ряд рекомендаций для дальнейшей разработки и создания эффективной коммерческой рекламы.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к изучению использования креативных концепций в современной белорусской коммерческой рекламе. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения.

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

Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке и реализации рекламных кампаний в ООО «Паблик Креатив».