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

МАКОЎСКАЯ Яна Канстанцінаўна

КРЭАТЫЎНЫЯ КАНЦЭПЦЫІ Ў СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ КАМЕРЦЫЙНАЙ РЭКЛАМЕ

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
старшы выкладчык
В.Я.Дзмітрыева

Мінск, 2025

АНАТАЦЫЯ

Структура дыпломнай работы складаецца з увядзення, двух раздзелаў і заключэння. Першы раздзел тэарэтычны, у ім раскрываюцца паняцце, значэнне і тэхналогіі крэатыву ў камерцыйнай рэкламе. Другі раздзел – практычны, у ім апісаны асаблівасці распрацоўкі крэатыўнай камерцыйнай рэкламы на прыкладзе ТАА «Паблик Креатив». Аб'ём дыпломнай работы складае 54 старонкі і ўключае 5 дадатак і 37 выкарыстаныя крыніцы.

Ключавыя словы: камерцыйная рэклама, крэатыў, крэатыўныя канцэпцыі, крэатыўныя тэхналогіі, брэнд, рэкламная кампанія, рэкламнае паведамленне, элементы рэкламнага паведамлення, рэкламны вобраз, мэтавая аўдыторыя.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы – сучасная беларуская камерцыйная рэклама.

Прадмет даследавання дыпломнай працы – крэатыўныя канцэпцыі ў сучаснай беларускай камерцыйнай рэкламе.

Мэта дыпломнай працы – раскрыць магчымасці выкарыстання крэатыўных канцэпцый пры стварэнні сучаснай беларускай камерцыйнай рэкламы.

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады: метад аналізу і сінтэзу, метад індукцыі і дэдукцыі, метад параўнання, апісальны метад, а таксама прыватнанавуковыя, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў (неструктураванае інтэрв’ю).

У працэсе напісання дыпломнай працы былі атрыманы наступныя вынікі: вызначана паняцце і сутнасць крэатыву ў камерцыйнай рэкламе; выяўлены адрозненні паняццяў «крэатыў» і «творчасць»; выдзелены існуючыя крэатыўныя тэхналогіі ў камерцыйнай рэкламе; вызначаны этапы распрацоўкі рэкламнай кампаніі; прадстаўлены элементы рэкламнага паведамлення; раскрыты магчымасці выкарыстання крэатыўных канцэпцый у камерцыйнай рэкламе на прыкладзе ТАА «Паблик Креатив» і дадзены шэраг рэкамендацый для далейшай распрацоўкі і стварэння эфектыўнай камерцыйнай рэкламы.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю комплекснага падыходу да вывучэння выкарыстання крэатыўных канцэпцый у сучаснай беларускай камерцыйнай рэкламе. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення.

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

Матэрыялы дыпломнай працы могуць выкарыстоўвацца ў навучальным працэсе, а таксама пры распрацоўцы і рэалізацыі рэкламных кампаній у ТАА «Паблик Креатив».