

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра телевидения и радиовещания**

МЫТЬКО

Анастасия Анатольевна

**РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК
В АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат искусствоведения
доцент А.И. Чупринский

Допущена к защите

«___» _____ 2014 г.

Зав. кафедрой телевидения и радиовещания,
кандидат исторических наук доцент В.Г. Булацкий

Минск, 2014

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из 60 страниц, включая список использованных источников.

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК, РАДИО, ТЕЛЕКАНАЛ, РЕКЛАМНЫЙ РОЛИК, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО РЫНКА.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что государственная политика Республики Беларусь направлена на создание динамично развивающегося рекламного рынка, что, в свою очередь, позволит повысить качество и эффективность рекламы, производимой на территории Республики Беларусь, сформирует у потенциальных рекламодателей – отечественных производителей, понимание значимости рекламы как высокоэффективного механизма, способствующего увеличению товарооборота. Анализ и изучение современно рынка аудиовизуальной рекламы в Беларуси может послужить толчком для возникновения идей по улучшению рекламы и эффективности ее использования в аудиовизуальных средствах массовой информации.

Объектом исследования в данной работе рекламный медиарынок Республики Беларусь.

Предмет исследования – рекламная продукция в белорусских аудиовизуальных средствах массовой информации.

Целью данной работы является изучение такого вопроса, как специфика белорусской медиарекламы.

Для достижения поставленной цели решаются следующие *задачи*:

1. Рассмотреть понятие рекламы, ее особенности.
2. Изучить виды и методы создания теле- и радиорекламы.
3. Проанализировать эффективность рекламы.
4. Определить тенденций развития телевизионной рекламы в Беларуси.
5. Обосновать наиболее подходящие методы по совершенствованию рекламного рынка в аудиовизуальных СМИ Республики Беларусь.

Новизна заключается в выявлении специфики рекламного рынка в аудиовизуальных средствах массовой информации республики Беларусь.

В результате проделанной работы установлено, что в Республике Беларусь имеется современная техническая база, достаточное количество специалистов – профессионалов для создания благоприятных условий для эффективной рекламной деятельности с учетом национальных интересов; повышение качества и эффективности отечественной коммерческой и социальной рекламы.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складаецца з 60 старонак, уключаючы спіс выкарыстаных крыніц.

СРОДКІ МАССАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, РЭКЛАМНЫ РЫНАК, РАДЫЁ, ТЭЛЕКАНАЛ, РЭКЛАМНЫЯ РОЛІКІ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, АНАЛІЗ РЭКЛАМНОГО РЫНКА.

Актualityнасць тэмы даследавання абумоўлена тым, што дзяржаўная палітыка Рэспублікі Беларусь накіравана на стварэнне дынамічна развіваецца рэкламнага рынку, што, у сваю чаргу, дасць магчымасць павысіць якасць і эфектыўнасць рэкламы, што вырабляецца на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, сфармуе у патэнцыйных рэкламадаўцаў - айчынных вытворцаў, разуменне значнасці рэкламы як высокаэфектыўнага механізму, які спрыяе павелічэнню тавараабароту. Ааналіз і вывучэнне савременнао рынак аўдыёвізуальнай рэкламы ў Беларусі можа паслужыць штуршком для ўзнікнення ідэй па паляпшэнню рэкламы і эфектыўнасці яе выкарыстання ў аўдыёвізуальных сродках масавай інфармацыі.

Аб'ектам даследавання ў гэтай рабоце з'яўляюцца рэкламны медыярынак Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследавання – рэкламная прадукцыя ў беларускіх аўдыёвізуальных сродках масавай інфармацыі.

Мэтай дадзенай працы з'яўляецца вывучэнне такога пытання, як спецыфіка беларускай медыярэкламы.

Для дасягнення пастаўленай мэты вырашаюцца наступныя *задачы*:

- Разгледзець паняцце рэкламы, яе асаблівасці.
- Вывучыць віды і асаблівасці стварэння тэле- і радыёрэкламы.
- Разгледзець і прааналізаваць эфектыўнасць рэкламы.
- Прааналізаваць тэндэнцый развіццятэле тэле і радыёрэкламы ў Беларусі.
- Абгрунтаваць найбольш прыдатныя метады па ўдасканаленні медыярынку Рэспублікі Беларусь.

Навізна заключаецца ў выяўленні спецыфікі рэкламнага рынку ў аўдыёвізуальных сродках масавай інфармацыі рэспублікі Беларусь.

У выніку праведзенай работы ўстаноўлена, што ў Рэспубліцы Беларусь ёсць сучасная тэхнічная база, дастатковаю колькасць спецыялістаў – прафесіяналаў для стварэння спрыяльных умоў для эфектыўнай рэкламнай дзейнасці з улікам нацыянальных інтарэсаў; павышэнне якасці і эфектыўнасці айчыннай, камерцыйнай і сацыяльнай рэкламы.

REPORT

Thesis consists of 60 pages, includes a list of the sources used.

AUDIOVISUAL MEDIA, ADVERTISING, ADVERTISING MARKET RADIO CHANNEL, COMMERCIALS, EFFICIENCY, ANALYSIS OF ADVERTISING STATEMENTS

Relevance of research topic due to the fact that the state policy of the Republic of Belarus is aimed at creating a dynamic advertising market, which in turn will improve the quality and effectiveness of advertising produced in the territory of the Republic of Belarus, the build up of potential advertisers - domestic manufacturers, understanding the importance of advertising as a highly efficient mechanism, contributing to an increase turnover. Analysis and study of the market sovremennono audiovisual advertising in Belarus could trigger for the emergence of ideas to improve the effectiveness of its advertising and use of audiovisual media.

The Diploma Object is the creative process of implementing projects advertising media market of the Republic of Belarus.

Subject Research - promotional products in Belarusian audiovisual media.

The Diploma Goal is the development of study of this question, as the specifics of the Belarusian mediareklamy.

To achieve this goal the following issues are to be solved:

- consider the concept of advertising and its features.
- examine the types and characteristics of the creation of television and radio advertising.
- review and analyze the effectiveness of advertising.
- Analyze trends in development of television advertising in Belarus.
- Justify the most appropriate methods to improve the media market in the Republic of Belarus.

The novelty lies in identifying the specifics of the advertising market in the audiovisual media of the Republic of Belarus.

The result of the work shows that in the Republic of Belarus has a modern technical base, enough number of specialists – professionals to create favorable conditions for effective promotional activities, taking into account the national interests; improving the quality and efficiency of domestic commercial and social advertising.