

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра зарубежной журналистики и литературы

ГАРКАВЫЙ
Даниил Михайлович

ЖУРНАЛИСТСКИЕ МЕТОДЫ В РЕКЛАМЕ (НА ПРИМЕРЕ
ОФИЦИАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОГО
ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ КОМПАНИИ «РЕНО» («RENAULT»))

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент Е.Ф. Конев

Минск, 2014

РЕФЕРАТ

Объем: 49 страницы.

Количество использованных источников: 46.

Ключевые слова: СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, МАРКЕТИНГ, ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ, ТОРГОВОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО, ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ.

Цель дипломной работы — выявление и использование на практике методов журналистики, которые смогут применяться в маркетинге в социальных медиа. Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

1. рассмотреть понятие маркетинга в социальных медиа;
2. выявить методики применения элементов журналистики в маркетинге в социальных медиа.
3. проанализировать методы работы российского представительства компании «Рено».

Объектом исследования является маркетинговая кампания российского подразделения компании «Рено» («Renault»). *Предметом* — журналистские методы, которые применяются в маркетинге не только для того, чтобы достигать поставленных коммерческих задач, но и привносить в рекламу элементы журналистики: достоверность, точность, объективность.

В работе использовались следующие методы исследования: наблюдение, анализ, классификация и эксперимент.

РЭФЕРАТ

Аб'ём: 49 старонкі.

Колькасць крыніц: 46.

Ключавыя словы: САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, МАРКЕТЫНГ, ГРАМАДСКАЯ СВЯДОМАСЦЬ, ГАНДЛЕВАЕ ПРАДСТАЎНІЦТВА, ЖАНРВАЯ СВАЕАСАБЛІВАСЦЬ.

Мэта дыпломнай працы — выяўленне, аналіз і выкарыстанне на практыцы метадаў журналістыкі, якія прымяняюцца ў маркетынгу ў сацыяльных медыя. Дзеля дасягнення пастаўленай мэты вырашалі наступныя задачы:

1. разгледзелі значэнне маркетынга ў сацыяльных медыя;
2. выявілі метадыкі прымянення элементаў журналістыкі ў маркетынгу ў сацыяльных медыя;
3. прааналізавалі метады працы расійскага прадстаўніцтва кампаніі «Рэно».

Аб'ектам даследавання з'яўляецца маркетынговая кампанія расійскага падраздзялення кампаніі «Рэно» («Renault»). *Прадметам* – журналісцкія метады, якія прымяняюцца ў маркетынгу не толькі для таго, каб дасягаць пастаўленых камерцыйных задач, але і прыўнасіць у рэкламу элементы журналістыкі: праўдзівасць, дакладнасць, аб'ектыўнасць.

У рабоце выкарыстоўваліся наступныя метады даследвання: назіранне, аналіз, класіфікацыя, эксперымент.

RESUME

The size of thesis is 49.

The number of used sources: 46.

Key words: SOCIAL MEDIA, MARKETING, SOCIAL CONSCIOUSNESS, SALES OFFICE, GENRE ORIGINALITY.

The purpose of the thesis was identification and use on practice the methods of journalism what can be used in social media marketing. For achievement of this goal were next tasks:

- To consider the notion of social media marketing;
- To identify methods of application of the elements of journalism in social media marketing;
- To analyze methods of work of russian dealer of brand «Renault».

The object of research is marketing representative of brand «Renault». *The subject* is journalistic methods that are used in marketing not only for achievement of business goals but for bringing in advertising elements of journalism which are truthfulness, accuracy, objectivity.

In work were used next methods of research: observation, analysis, classification, experiment.