

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор



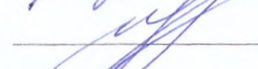



В.Ф. Володько

«13» июня 2023 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
ТЕЛЕКАНАЛА ОНТ НА РЫНКЕ МЕДИА УСЛУГ**

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление: 1-26 02 02-04 Менеджмент (недвижимость)

Студент-дипломник, гр. 10801219		А.А. Кремза
Руководитель, ст. преподаватель		И.В. Унукович
Консультант, ст. преподаватель		И.В. Унукович
Консультант по технологической части, к.т.н., доцент		О.М. Володько
Ответственный за нормоконтроль, ст. преподаватель		М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 98 страниц;

графическая часть – 11 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 98 стр., 30 рисунков и схем, 18 таблиц,

30 использованных источников

МЕДИАРЫНОК, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, МЕДИАМАРКЕТИНГ

Цель дипломной работы – разработать маркетинговые стратегии продвижения телеканала ОНТ.

Объектом дипломного исследования является ЗАО «Второй национальный телеканал»

Предмет исследования – маркетинговая деятельность в системе продвижения организации.

Методы исследования: анализ теоретической литературы; обобщение; классификация; изучение документов исследуемого предприятия; метод сравнения; метод абсолютных и относительных величин.

Задачи дипломного исследования:

1. Изучить теоретические аспекты маркетинговых стратегий и медиарынка.
2. Выполнить анализ основных экономических показателей и дать оценку эффективности деятельности организации, провести анализ маркетинговых стратегий телеканала ОНТ на рынке медиауслуг.
3. Разработать мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности телеканал ОНТ и рассчитать экономический эффект.
4. Разработать технологию реализации предлагаемых мероприятий.

Элементом научной новизны полученных результатов являются разработанные мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности организации ЗАО «Второй национальный телеканал».

Областью возможного практического применения результатов является исследуемая организация и аналогичные предприятия.

Приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников, идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов


(Подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон РБ № 427-3 от 17.07.2008. О средствах массовой информации [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://pravo.by/>.
2. Министерство информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2020. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/activities/statisticheskiy/>.
3. Указ Президента от 15 февраля 2002 года №101. О создании закрытого акционерного общества «Второй национальный телеканал» [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://pravo.by/>.
4. Белова, Н.Н. Продвижение товара в современных условиях / Н.Н. Белова, Ю.В. Пономарев, Д.С. Назарова. // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно-практической конференции: текст по состоянию на 10 октября 2016 г. – Нижний Новгород, 2016. – С.14-16
5. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие для вузов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 319 с.
6. Бердникова, М. Д. Роль маркетинговой стратегии в обеспечении стабильности компании / М. Д. Бердникова, Ю. И. Топоркова, Г. Р. Суздалева. – Текст: непосредственный // Вуз и реальный бизнес. – 2015. – С. 14-20.
7. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти – СПб.: ПИТЕР, 2001. – С.26.
8. Брекенридж Д. PR 2.0: «новые медиа», новые аудитории, новые инструменты: Пер. с англ. -М.: ЭКМО, 2010. – С. 95-164.
9. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в интернете. - М.: Манн, Иванов, и Фербер, 2010. – С.32
10. Гапоненко, А.Л. Стратегическое управление: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент орг.» / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – 2-е изд., стер. – М.: Изд-во ОМЕГА-Л, 2016. – 464 с.
11. Глоян Р.Р. Формирование маркетинговой политики предприятия // Современные научные достижения и инновационные технологии в гуманитарной и технической сферах: материалы внутривузовской научно-практической конференции для преподавателей и аспирантов. Международный инновационный университет. – 2016. – С. 151-155.
12. Дэй Дж. Стратегич. Маркетинг. – М.: Эксмо, 2015. – 640 с
13. Зарипова, Л. М. Маркетинговая стратегия и ее роль в развитии организации / Л. М. Зарипова. — Текст: непосредственный // Аллея науки. –2018. — С. 579-582.

14. Меллер, К. Сегодняшние новости социальны // Путеводитель по социальным медиа-2013 / под ред. К. Меллера и М. Стоуна. – Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. – С. 13.
15. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье. – М.: Альпина Паблишер, 2012.
16. Смирнов, С.С. Медиахолдинг: к вопросу о применении термина в России // В сб. «Экономика и менеджмент СМИ; под ред. Е.Л.Вартанова, Н.В.Ткачева. Ежегодник. М.: Медиамир. – С. 120-132.
17. Социальное знание в современном обществе: проблемы, закономерности перспективы : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., г.Минск, 3-4 ноября 2022 г. / ред.кол.: Мысливец Н.Л. (гл.ред.) [и др.]; НАН Беларуси, Ин-т социологии НАН Беларуси. – Минск : Донарит, 2022. – 398 с.
18. Тумашев, А.Р. Введение в экономическую теорию. Микроэкономика Экономическая: учебное пособие / А.Р. Тумашев, С.Н. Котенкова, М.В. Тумашева. – М., 2013. –Часть 2. Яковлев Г.А. Коммерция в средствах массовой информации. 2018
19. Уолкер-мл, О. Маркетинговая стратегия: монография / О. Уолкер-мл., Х. Бойд-Мл., Ж.-К. Ларше, Дж. Маллинз; пер. с англ. [Клюева]. - М.: Вершина, 2016. – 492 с.
20. Хрипко, Е. П. Анализ концепции «Маркетинговая стратегия» и классификация маркетинговых стратегий / Е. П. Хрипко, А. Е. Сенникова. — Текст: непосредственный // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика. — 2021. — № 1. — С. 321–324.
21. Анализа аудиторії телеканалів Республіки Беларусь [Електронний ресурс] – 2023. – Режим доступу: <https://media-meter.net/mm-client/>.
22. Вартанова,Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е.Л. Вартанова // Книга по медиаэкономике. Раздел II [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text11/45.htm>.
23. Гончарова, А. С. Маркетинговая стратегия и ее роль в развитии организации / А. С. Гончарова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 21 (416). – С. 380-382. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/416/92250/> (дата обращения: 01.05.2023).
24. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ / С.М. Гуревич // [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.universalinternetlibrary.ru/book/46952/ogl.shtml>.
25. Зинин Е.Ю. Интегрированные модели в медиа индустрии: ответы на вызовы новой эпохи / Е.Ю. Зинин //Российский журнал менеджмента [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.rjm.ru/files/upload/rjm/2008/3/6_3_zinin.pdf14.

26. Конкуренты ont.by: рейтинг сайтов, схожих с ont.by [Электронный ресурс] – 2023. – Режим доступа: <https://www.similarweb.com/ru/website/competitors/>
27. Официальный сайт телеканала ОНТ [Электронный ресурс] – 2023. – Режим доступа: <https://ont.by/>.
28. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти // [Электронный ресурс]. – СПб: ЗАО «Издательство Питер», 2001. – Режим доступа: http://russianfinancialnetworkcenter.ru/r/drfs/reklama__principy_i_praktika_-_uehlls.htm.
29. Is Belarus in the midst of a generational upheaval [Electronic resource]. – GlobalVoices. – 2020. – Mode of access: <https://globalvoices.org/2020/09/17/is-belarus-in-the-midst-of-a-generationalupheaval>.
30. Mintzebrg, H. Simply managing / H. Mintzebrg // Peace Palace Library [Electronic resource]. – Toronto, 2012. Mode of access: <http://www.mintzberg.org/books/simply-managing>.