

Реферат

выпускной квалификационной работы
(бакалавриат / специалитет / магистратура)

Тема выпускной квалификационной работы: Визуализация гендера в рекламном процессе

Автор ВКР: Абдурахманова Саида Магомедовна

Научный руководитель ВКР: канд. экон. наук, доцент кафедры инноватики, маркетинга и рекламы Авшаров А.Г.

Сведения об организации-заказчике ИРГЯИГТ ФГБОУ ВО «ПГУ»

Актуальность темы исследования: Женщины и мужчины по-разному воспринимают одно и то же рекламное сообщение, поэтому создателям рекламы приходится учитывать это различие, основываясь на трех факторах: рекламный текст, рекламное изображение и цвет.

Степень разработанности гендерной рекламы в России и за рубежом достаточна высока. Из российских авторов следует отметить И.В. Грошева и Семкину М.В. Грошев описывает историю возникновения и развития гендерной рекламы, а Семкина М.В. в своих работах изучает использование гендерных стереотипов, как прием манипулирования сознанием в телевизионной рекламе.

Цель данной работы - выявить влияние гендерного фактора в создании эффективной визуальной рекламы.

Цель исследования определило ряд взаимосвязанных **задач:**

- 1) Дать понятие гендера;
- 2) определить значение гендера в рекламе;
- 3) изучить теоретические подходы к гендерным особенностям восприятия рекламы;
- 4) проанализировать существующую гендерную рекламу;
- 5) разработать свой рекламный проект, с учетом всех принципов гендерных особенностей.

Объектом исследования является туристическое агентство «Беллинсгаузен», город Пятигорск.

Предметом исследования выступает анализ визуализации гендерной

рекламы туристического агентства.

Теоретико-методологической основой исследования работы послужили нормативно-правовые акты, труды отечественных и зарубежных практиков и исследователей рекламной сферы деятельности в области гендерных особенностей рекламы.

Эмпирической основой исследования в данной теме являются изученные факты и существующие гендерные стереотипы.

Теоретическая и практическая значимость носит прикладной характер и заключается в возможности использования данного исследования в организации и технологии гендерной рекламы туристических агентств.

Сама **структура работы** включает в себя введение, теоретическую, аналитическую и практическую части и заключение.

В первой главе выпускной квалификационной работы, будет рассмотрено содержание основных концепций отечественных и зарубежных авторов по теме гендерных особенностей. Во второй и третьей главах, в аналитико-практической части работы, на основе выработанных теоретических подходов анализируются фактические материалы по изучаемому вопросу, а также формулируются и аргументируются рекомендации по совершенствованию изучаемой в работе сферы деятельности.