

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра технологий коммуникации**

**ШКЛЕНСКИЙ**  
Максим Сергеевич

**РЕКЛАМА УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА**  
Дипломная работа

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
И. П. Шибут

Допущена к защите:

«\_\_»\_\_\_\_\_2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации,  
кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 85, источников – 45, приложений – 16.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, НОВЫЕ МЕДИА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМА УСЛУГ, БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА, SMM.

Объект исследования – реклама услуг в социальных медиа.

Предмет исследования – реклама банковских услуг в социальных медиа.

Цель работы – проанализировать рекламу услуг в социальных медиа и ее перспективы развития в Беларуси, а также выработать основные рекомендации по эффективной рекламной коммуникации в социальных медиа.

Методы исследования: анализ документов, контент-анализ; дипломная работа ссылается на исследования зарубежных специалистов и компаний в области рекламы и социальных медиа. В работе применялись системный и структурно-функциональный подходы, использовались общенаучные методы анализа, типологизации, обобщения, статистический, описательный, сравнительный методы исследования.

Полученные результаты: автором дипломной работы была предложена классификация форматов рекламной коммуникации в социальных медиа. Кроме того, было выяснено, что интернет-реклама в Беларуси обретает всю большую популярность, активно развиваются белорусские интернет-сообщества. Вместе с тем ряд технологий в социальных медиа, доступных для таких стран, как США и Великобритания, пока недоступны для Беларуси. Были выявлены особенности рекламной коммуникации на таких площадках, как «ВКонтакте», «Одноклассники», *Facebook*, *Twitter* и *Youtube*. Также автором был проведен комплексный анализ рекламы в социальных медиа таких банков, как «МТБанк», «Альфа-Банк», «ВТБ-24», «Беларусбанк», «Тинькофф-Банк», а также предложены варианты по ее оптимизации.

Новизна темы заключается в систематизации знаний по осуществлению рекламы услуг в социальных медиа, в описании современных коммуникаций банков в социальных медиа.

Область возможного практического применения: по отношению к рекламе услуг можно использовать классификацию технологий рекламы и социальных медиа.

Автор подтверждает уникальность содержания теоретической и практической частей работы.

Шкленский М. С.

---

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 85, крыніц – 45, дадаткаў – 16.

САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, НОВЫЯ МЕДЫЯ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, РЭКЛАМА, РЭКЛАМА ПАСЛУГ, БАНКАЎСКІЯ ПАСЛУГІ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, КАНТЭКСТАВАЯ РЭКЛАМА, МЕДЫЙНАЯ РЭКЛАМА, SMM.

Аб'ект даследавання – рэклама паслуг ў сацыяльных медыя.

Прадмет даследавання – рэклама банкаўскіх паслуг у сацыяльных медыя.

Мэта працы – прааналізаваць рэкламу паслуг у сацыяльных медыя і яе перспектывы развіцця ў Беларусі, а таксама выпрацаваць асноўныя рэкамендацыі па эфектыўнай рэкламнай камунікацыі ў сацыяльных медыя.

Метады даследавання: аналіз дакументаў, аналіз кантэнта; дыпломная праца спасылаецца на даследаванні замежных спецыялістаў і кампаній у вобласці рэкламы.

Атрыманыя вынікі: аўтарам дыпломнай працы была прапанавана класіфікацыя фарматаў рэкламнай камунікацыі ў сацыяльных медыя. Апроч таго, было высветлена, што інтэрнэт-рэклама ў Беларусі знаходзіць усю вялікую папулярнасць, актыўна развіваюцца беларускія інтэрнэт-супольнасці. Разам з тым шэраг тэхналогій у сацыяльных медыя, даступных для такіх краін, як ЗША і Вялікабрытанія, пакуль недаступныя для Беларусі. Былі выяўлены асаблівасці рэкламнай камунікацыі на такіх пляцоўках, як «Вконтакте», «Одноклассники», *Facebook*, *Twitter* і *Youtube*. Таксама ўтарам быў праведзены комплексны аналіз рэкламы ў сацыяльных медыя такіх банкаў, як «МТБанк», «Альфа-Банк», «ВТБ-24», «Беларусбанк», «Тинькофф-Банк», а таксама прапанаваны варыянты па яе аптымізацыі.

Навізна тэмы складаецца ў сістэматызацыі ведаў па ажыццяўленні рэкламы паслуг у сацыяльных медыя.

Вобласць магчымага практычнага ўжывання: у адносінах да рэкламы паслуг можна скарыстаць класіфікацыю тэхналогій рэкламы і сацыяльных медыя.

Аўтар пацвярджае ўнікальнасць утрымання тэарэтычнай і практычнай частак працы.

Шкленскі М. С.

---

## ABSTRACT

Thesis: pages – 85, sources – 45, applications – 16.

SOCIAL MEDIA, NEW MEDIA, SOCIAL NETWORKING, ADVERTISING, ADVERTISING SERVICES, BANKING SERVICES, INTERNET MARKETING, CONTEXTUAL ADVERTISING, DISPLAY ADVERTISING, SMM.

Object of study: advertising in social media.

Subject of research: advertising service in social media.

Objective: to perform advertising services in social media and its perspectives of development in Belarus, and to develop basic guidelines for effective advertising communications in social media.

Research methods: document analysis, content analysis, the thesis refers to the study of foreign specialists and companies in the field of advertising.

Findings: The author of the thesis was offered a classification of formats of advertising communication in social media. In addition, it was found that Internet advertising in Belarus is gaining popularity, Belarusian Internet communities are actively developing. At the same time, a number of technologies in social media available for countries such as the United States and Britain are not yet available to Belarus. "Once a week", "Classmates", Facebook, Twitter and Youtube. Also you can see how «МТБанк», «Альфа-Банк», «ВТБ-24», «Беларусбанк», «Тинькофф-Банк», as well as options for its optimization.

The novelty of the theme is to systematize knowledge on the implementation of the advertising services in social media.

The scope of possible practical application: in relation to the advertising services, you can use the classification of advertising techniques and social media.

The author confirms the uniqueness of the content of theoretical and practical parts of the work.

Shklenski Maxim

---