

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

ЖЕГАЛОВА
АннаСергеевна

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ
КОММУНИКАЦИИ С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доцент Е.В. Лебедева

Допущена к защите

«___» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 58, источников – 51, приложений – 15.

КОММУНИКАЦИЯ, АУДИТОРИЯ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, СЕГМЕНТАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ТЕХНОЛОГИИ, ТАРГЕТИНГ, КОНТЕНТ.

Объект исследования: коммуникация с целевыми аудиториями.

Предмет исследования – коммуникация с целевыми аудиториями в социальных сетях.

Цель работы: – изучить специфику (возможности, преимущества и слабые стороны) коммуникации с целевыми аудиториями в социальных сетях.

Методы исследования: основные положения и принципы методов научного обобщения и анализа научных данных, специальные методы (аналогия, классификация, индукция, дедукция, сравнение), а также метод экспертного интервью.

Полученные результаты: проведен анализ коммуникации с разными активными целевыми аудиториями в социальных сетях, а также даны универсальные рекомендации, которые сделают коммуникацию с целевыми аудиториями в социальных сетях эффективной.

Новизна темы заключается в анализе спецификокоммуникации с разными целевыми аудиториями и разработке универсальных рекомендаций.

Область возможного практического применения: универсальные рекомендации для коммуникации с целевыми аудиториями можно применять практически любой организации для оптимизации своей коммуникации с целевыми аудиториями.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

Жегалова А.С.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 58, крыніц – 51, дадаткаў – 15.

КАМУНІКАЦЫЯ, АЎДЫТОРЫЯ, МЭТАВАЯ АУДЫТОРЫЯ, СЕГМЕНТАЦЫЯ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ТЭХНАЛОГІІ, ТАРГЕТЫНГ, КАНТЭНТ.

Аб'ект даследавання: камунікацыя з мэтавымі аўдыторыямі.

Прадмет даследавання - камунікацыя з мэтавымі аўдыторыямі ў сацыяльных сетках.

Мэта працы: вывучыць спецыфіку (магчымасці, перавагі і слабыя бакі) камунікацыі з мэтавымі аўдыторыямі ў сацыяльных сетках.

Метады даследавання: асноўныя палажэнні і прынцыпы метадаў навуковага абагульнення і аналізу навуковых дадзеных, спецыяльныя метады (аналогія, класіфікацыя, індукцыя, дэдукцыя, параўнанне), а таксама метады экспертнага інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі: праведзены аналіз камунікацыі з рознымі актыўнымі мэтавымі аўдыторыямі ў сацыяльных сетках, а таксама дадзены ўніверсальныя рэкамендацыі, якія зрабяць камунікацыю з мэтавымі аўдыторыямі ў сацыяльных сетках эфектыўнай.

Навізна тэмы заключаецца ў аналізе і абагульненні камунікацыі з рознымі мэтавымі аўдыторыямі і распрацоўцы ўніверсальных рэкамендацый.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ўніверсальныя рэкамендацыі для камунікацыі з мэтавымі аўдыторыямі можна ўжываць практычна любой арганізацыі для аптымізацыі сваёй камунікацыі з мэтавымі аўдыторыямі.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць даследаванні, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаных у працы.

Жагалава Г.С.

THE ABSTRACT

Diploma work: pages - 58 sources - 51 applications - 15.

COMMUNICATION, AUDIENCE, TARGET AUDIENCE,
SEGMENTATION, SOCIAL MEDIA, TECHNOLOGY, TARGETING,
CONTENT.

Object of research: communication with target audiences.

Subject of research - communication with target audiences in social media.

Objective: To learn the specificity (features, benefits and weaknesses) to communicate with target audiences in social media.

Methods: The main provisions and principles of the methods of scientific generalization and analysis of scientific data, special methods (analogy, classification, induction, deduction, comparison), as well as the method of expert interviews.

Results: Analysis conducted communication with different target audiences active in social networks, and are universal recommendations that will make the communication with the target audience in social media effectively.

The novelty of the theme is the analysis and synthesis of communication with different target audiences in social media and develop universal recommendations.

The area of possible practical application: universal recommendations for communication with target audiences is virtually any organization to optimize its communication with target audiences.

The author of the study confirms the accuracy and objectivity of the references to the sources used in this work..

Zhegalova. A
