

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

КОХНО
Юлия Геннадьевна

**ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ
(на примере ООО «Арготур»)**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доцент, профессор кафедры
социальной коммуникации
О.В. Терещенко

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа состоит из 52 страниц, содержит 23 рисунка, 8 таблиц, 5 приложений, 58 использованных источников.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВО, SEO, РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА, ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА, МАРКЕТИНГ ТУРИЗМА, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ТУРИЗМА.

Объектом данной работы являются интернет-коммуникации организации.

Цель работы: основываясь на теоретически изученной информации и проанализированных интернет-коммуникациях конкретной фирмы, разработать рекомендации по их совершенствованию.

Для достижения цели был использован метод анализа литературы по теме и данные, полученные в ходе проведения полуструктурированного и неструктурированного наблюдения за интернет-коммуникациями организации.

В результате работы был разработан комплекс рекомендаций по интернет-коммуникациям организации, произошло значительное увеличение количества поклонников сообщества в facebook, оптимизировано несколько страниц сайта, включая написание уникального контента и написание мета-тегов description и keywords. Также проведены небольшие рекламные кампании в facebook, и разработан план рекламирования в поисковых системах.

Результаты данной работы могут быть использованы организациями сферы туризма для разработки стратегии развития в интернете.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дыпломная работа складаецца з 52 старонак, змяшчае 23 малюнкi, 8 таблiц, 5 прыкладанняў, 58 выкарыстаных крынiц.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, ІНТЭРНЭТ-СУПОЛЬНАСЦЬ, SEO, РЭКЛАМА У ІНТЭРНЭЦЕ, КАНТЭКСТНАЯ РЭКЛАМА, ТАРГЕТЫРАВАННАЯ РЭКЛАМА, АПТЫМІЗАЦЫЯ САЙТА, МАРКЕТЫНГ ТУРЫЗМУ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ ТУРЫЗМУ.

Аб'ектам дадзенай работы з'яўляюцца інтэрнэт-камунікацыі арганізацыі.

Мэта работы: грунтуючыся на тэарэтычна вивучанай інфармацыі і прааналізаваных інтэрнэт-камунікацыях канкрэтнай фірмы, распрацаваць рэкамендацыі па іх удасканаленні. Для дасягнення мэты быў выкарыстаны метада аналізу літаратуры па тэме і дадзеныя, атрыманыя ў ходзе правядзення полуструктураванага і неструктураванага назірання за інтэрнэт-камунікацыямі арганізацыі.

У выніку быў распрацаваны комплекс рэкамендацый па інтэрнэт-камунікацыях арганізацыі, адбылося значнае павелічэнне колькасці прыхільнікаў супольнасці ў facebook, аптымізавана некалькі старонак сайта,

уключаючы напісанне унікальнага кантэнту і напісанне мета-тэгаў description і keywords. Таксама праведзены невялікія рэкламныя кампаніі ў facebook, і распрацаваны план рэкламавання ў пошукавых сістэмах.

Вынікі дадзенай работы могуць быць выкарыстаны арганізацыямі сферы турызму для распрацоўкі стратэгіі развіцця ў інтэрнэце.

GRADUATE THESIS SUMMARY

Thesis consists of 52 pages, includes 23 figures, 8 tables, 5 applications, 58 sources used.

KEYWORDS: INTERNET MARKETING, INTERNET-COMMUNITY, SEO, ADVERTISING ON THE INTERNET, CONTEXT ADVERTISEMENT, TARGETED ADVERTISING, OPTIMIZATION OF THE SITE, TOURISM MARKETING, TOURISM INTERNET-MARKETING.

The object of this work is the organization's Internet communications.

The purpose of the project: based on the theoretically studied information and analyzed Internet communications of a particular firm, develop recommendations for their improvement.

To achieve the goal, we used the method of analyze the literature on the topic and the data obtained during the semi-structured and unstructured observation of the organization's Internet communications.

As a result of the work, a set of recommendations on the organization's Internet communications was developed, there was a significant increase in the number of community fans in facebook, several pages of the site were optimized, including writing unique content and writing meta tags description and keywords. Also, small advertising campaigns in facebook were conducted, and a plan for advertising in search engines was developed.

The results of this work can be used by tourism organizations to develop a development strategy on the Internet.