Аннотация

Социальные сети как площадка для реализации PR-технологий и рекламы / Наталья Евгеньевна Назарук; Факультет философии и социальных наук, Кафедра социологии; науч. рук. Е.Г. Павлова.

Ключевые слова: интернет, социальные сети, PR-технологии, реклама, Facebook, ВКонтакте, продвижение.

Целью дипломной работы является изучение особенностей использования социальных сетей для реализации рекламной и PR-деятельности. Объектом дипломной работы являются социальные сети. Предмет дипломной работы – использование рекламных и PR-технологий в социальных сетях Интернет.

В данной дипломной работе рассмотрены социологические основы изучения PR-технологий и рекламы, понятие и специфика функционирования виртуальных социальных сетей, особенности реализации PR-технологий и рекламы в социальных сетях и стратегия эффективного продвижения в них.

Результатом данной работы является сравнительное исследование социальных сетей Facebook и ВКонтакте на предмет возможностей размещения рекламного сообщения и PR-технологий.

Значимость работы заключается в том, что в ней рассматриваются возможности социальных сетей, способствующие эффективному размещению рекламных и PR-мероприятий.

ANNOTATION

Social networks as a platform for the implementation of PR technologies and advertising / Nazaruk Natallia; Faculty of Philosophy and Social Sciences Department of Sociology; scientific adviser Pavlova E.G.

Keywords: Internet, social networks, PR-technologies, advertising, Facebook, VKontakte, promotion.

The purpose of the thesis is to study the features of using social networks for the implementation of advertising and PR activities. The subject of the thesis is social networks. The subject of the thesis is the use of advertising and PR technologies in social networks Internet.

In this thesis, the sociological bases of studying PR technologies and advertising, the concept and specificity of the functioning of virtual social networks, the features of implementing PR technologies and advertising in social networks and the strategy of effective promotion in them are considered.

The result of this work is a comparative study of social networks Facebook and VKontakte for the possibility of placing advertising messages and PR events.

The significance of the work lies in the fact that it considers the possibilities of social networks that promote the effective placement of advertising and PR events.