

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

КИШКО

Екатерина Николаевна

**КОММУНИКАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
И.П. Шибут

Допущена к защите

«__» _____ 2018 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	3
ВВЕДЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 1.....	Ошибка! Закладка не определена.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ С ЦЕЛЕВЫМИ ГРУППАМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Социальные сети в современном коммуникативном пространстве ..	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Преимущества использования социальных сетей в коммуникационной стратегии компании	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Интегрирующие элементы коммуникации организации с целевыми группами в социальных сетях.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2.....	Ошибка! Закладка не определена.
СПЕЦИФИКА КОНСТРУИРОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ЦЕЛЕВЫМИ ГРУППАМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Методика анализа коммуникации организаций в социальных сетях	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Анализ коммуникации ООО «Просто кино» в социальных сетях.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Анализ коммуникации ООО «Перспектива.Кофе» в социальных сетях	Ошибка! Закладка не определена.
2.4 Анализ статистических показателей. Результаты коммуникации ПО «Просто Кино» и ООО «Перспектива.Кофе»	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3.....	Ошибка! Закладка не определена.
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИИ БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Анализ экспертных мнений: оценка коммуникационных кампаний и SMM- рынка в Беларуси.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Оценка коммуникации в социальных сетях белорусских коммерческих организаций	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	Ошибка! Закладка не определена.

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 68 с., 1 рис., 5 табл., 53 источник, 9 приложения.

КОММУНИКАЦИЯ, ОРГАНИЗАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ИНТЕРНЕТ, МЕДИА, ОНЛАЙН, МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, КОМПЛЕКСНАЯ КОММУНИКАЦИЯ.

Объект исследования – коммуникация коммерческих организаций в социальных сетях.

Предмет исследования – специфика использования белорусскими коммерческими организациями социальных сетей.

Цель работы – определить место социальных сетей в общей коммуникационной политике белорусских коммерческих организаций и разработать стратегию коммуникации организации с целевыми группами в социальных сетях.

Методы исследования: системный подход, описательный метод, сравнительный подход, анализ документов, контент-анализ, эксперимент, статистический метод, метод индукции и дедукции, экспертная оценка.

Полученные результаты и их новизна: проанализировано место социальных сетей в общей коммуникационной стратегии коммерческих организаций; описаны разновидности социальных сетей и их особенности; выявлены и описаны интегрирующие элементы коммуникации организаций в социальных сетях; проанализирована коммуникация белорусских организаций с целевыми группами в социальных сетях и проведена оценка эффективности; проведён опрос экспертных мнений для определение места социальных сетей в белорусских коммерческих организациях; проведена оценка SMM-рынка на территории РБ.

Новизна данной работы заключается в обобщении опыта взаимодействия в социальных сетях коммерческих организаций и проведении исследования о использовании данного канала в деятельности белорусских компаний.

Область возможного практического применения: результаты работы могут применяться на практике специалистами по коммуникациям в Интернете, организациями коммерческого типа при проведении аудита социальных сетей организаций.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 68 стар., 1 мал., 5 табл., 53 крыніцу, 9 дадаткаў.

КАМУНІКАЦЫЯ, АРГАНІЗАЦЫЯ, МЭТАВЫЯ ГРУПЫ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ІНТЭРНЭТ, МЕДЫЯ, АНЛАЙН, МАСАВАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, КОМПЛЕКСНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ.

Аб'ект даследавання – камунікацыя камерцыйных арганізацыі ў сацыяльных сетках.

Прадмет даследавання – спецыфіка выкарыстання беларускімі камерцыйнымі арганізацыямі сацыяльных сетак.

Мэта працы – вызначыць месца сацыяльных сетак у агульнай камунікацыйнай палітыцы беларускіх камерцыйных арганізацый і распрацаваць стратэгію камунікацыі арганізацыі з мэтавымі групамі ў сацыяльных сетках.

Метады даследавання: сістэмны падыход, апісальны метады, параўнальны падыход, аналіз дакументаў, кантэнт-аналіз, эксперымент, статыстычны метады, метады індукцыі і дэдукцыі, экспертная ацэнка.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: прааналізавана месца сацыяльных сетак у агульнай камунікацыйнай стратэгіі камерцыйных арганізацый; апісаны разнавіднасці сацыяльных сетак і іх асаблівасці; выяўлены і апісаны інтэгральныя элементы камунікацыі арганізацый у сацыяльных сетках; прааналізавана камунікацыя беларускіх арганізацый з мэтавымі групамі ў сацыяльных сетках і праведзена ацэнка эфектыўнасці праведзена экспертнае інтэрв'ю; праведзена ацэнка SMM-рынку на тэрыторыі РБ.

Навізна дадзенай працы складаецца ў абагульненні вопыту ўзаемадзеяння ў сацыяльных сетках камерцыйных арганізацый і правядзенні даследавання выкарыстання дадзенага канала ў дзейнасці беларускіх кампаній.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі працы могуць прымяняцца на практыцы спецыялістамі па камунікацыях ў Інтэрнэце, арганізацыямі камерцыйнага тыпу пра правядзенне аўдыту сацыяльных сетак.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

SUMMARY OF THE DIPLOMA THESIS

Thesis contains 68 pages, 1 fig., 5 tabl., 53 sources, 9 appendixes.

COMMUNICATION, ORGANIZATION, TARGET GROUP, SOCIAL MEDIA, INTERNET, MEDIA, ONLINE, MASS COMMUNICATION, COMPLEX COMMUNICATION.

The object of the research is a communication of commercial organization on social media.

The subject of the research is the specificity of the use of social networks by Belarusian commercial organizations.

The aim of the research is to define the place of social networks in the overall communication policy of Belarusian commercial organizations and develop a communication strategy for the organization with target groups in social networks.

Methods of research: system approach, descriptive method, comparative approach, document analysis, content analysis, experiment, statistical method, the method of induction and deduction, expert evaluation.

The obtained results and their novelty: the place of social networks in the general communication strategy of commercial organizations is analyzed; describes; integration elements of communication of organizations in social networks are identified and described; the communication of Belarusian organizations with target groups in social networks was analyzed, and efficiency was assessed; expert opinion poll was conducted to determine the place of social networks in Belarusian commercial organizations; an evaluation of the SMM market in the territory of the Republic of Belarus was carried out.

The originality of the work is in summarizing the experience of interaction on social media and conduct research on the use of this channel in the activities of Belarusian companies.

The area of possible practical application: the summary of this work might be implemented by communication professionals to conduct an audit of social media for organizations.

The author confirms the authenticity of the material, the results of the thesis, and the originality of the research.