

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЗАХАРЕНКО
Владислава Дмитриевна

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ
БЕЛОРУССКИХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ: ОСОБЕННОСТИ, ТРЕНДЫ**

Дипломная работа

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

Допущена к защите

« ___ » _____ 2020 г.

Зав.кафедрой технологий коммуникации

доктор филологических наук, доцент И.В.Сидорская

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа: страниц – 57, источников – 40, приложений – 6.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ,
НАПРАВЛЕНИЯ И ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНТЕРНЕТ-
КОММУНИКАЦИЙ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В
ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДОВ, ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНТЕРНЕТ-
КОММУНИКАЦИЙ.

Перечень ключевых слов: маркетинговые интернет-коммуникации, целевая аудитория, аудитория, сегментация, социальные сети, технологии, таргетинг, контент.

Объект исследования – маркетинговые интернет-коммуникации.

Предмет исследования – особенности и тренды маркетинговых интернет-коммуникаций в продвижении брендов белорусской одежды (на примере брендов «Conte», «Serge», «MF»).

Цель работы: выявить особенности и тренды маркетинговых интернет-коммуникаций в продвижении брендов белорусской одежды.

Методы исследования: основные положения и принципы методов научного обобщения и анализа научных данных, специальные методы (анкетный опрос, анализ кейсов, анализ документов).

Полученные результаты: проведен анкетный опрос с разными активными целевыми аудиториями в социальных сетях, а также разработана стратегия продвижения белорусских брендов с использованием маркетинговых интернет-коммуникаций.

Новизна темы заключается в анализе работы маркетинговых интернет-коммуникаций, используя современные инструменты продвижения.

Область возможного практического применения: универсальные рекомендации для продвижения белорусских брендов с использованием современных трендов маркетинговых интернет-коммуникаций.

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

Захаренко В.Д.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ ПРАЦЫ

Дыплом змяшчае: 57 старонак, 40 крыніц, 6 прыкладанняў.

МАРКЕТЫНГ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫЙ, НАПРАМКІ І ФУНКЦЫИ
МАРКЕТЫНГАВЫХ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫЙ, ВЫКАРЫСТАННЕ
МАРКЕТЫНГАВЫХ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫЙ Ў ПРАСОЎВАННЕ
БРЭНДАЎ, ТРЭНДЫ МАРКЕТЫНГАВЫХ ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫЙ.

Спіс ключавых слоў: інтэрнэт-маркетынжавыя камунікацыі, мэтавая аўдыторыя, аўдыторыя, сегментацыя, сацыяльныя сеткі, тэхналогіі, таргетынг, кантэнт.

Аб'ект даследавання – інтэрнэт-маркетынжавыя камунікацыі.

Прадметам даследавання з'яўляюцца асаблівасці і тэндэнцыі інтэрнэт-маркетынжавых камунікацый у прасоўванні беларускіх брэндаў адзення (на прыкладзе брэндаў «Conte», «Serge», «MF»).

Мэта працы: выявіць асаблівасці і тэндэнцыі інтэрнэт-маркетынжавых камунікацый у прасоўванні беларускіх брэндаў адзення.

Метады даследавання: асноўныя палажэнні і прынцыпы метадаў навуковага абагульнення і аналізу навуковых дадзеных, спецыяльныя метады (анкетаванне, аналіз выпадкаў, аналіз дакументаў).

Атрыманыя вынікі: было праведзена анкетаванне з рознымі актыўнымі мэтавымі аўдыторыямі ў сацыяльных сетках, распрацавана стратэгія прасоўвання беларускіх брэндаў з выкарыстаннем інтэрнэт-маркетынжавых камунікацый.

Навізна тэмы – аналіз працы маркетынжавых інтэрнэт-камунікацый з выкарыстаннем сучасных інструментаў прасоўвання.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: універсальныя рэкамендацыі па прасоўванні беларускіх брэндаў з выкарыстаннем сучасных тэндэнцый у інтэрнэт-маркетынжавых камунікацыях.

Аўтар пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Захаранка У.Д.

ABSTRACT

The graduate work includes: 57 pages, 40 sources, 6 appendixes.

MARKETING INTERNET COMMUNICATIONS, DIRECTIONS AND FUNCTIONS OF MARKETING INTERNET COMMUNICATIONS, USE OF INTERNET MARKETING IN PROMOTING BRANDS, MARKETING TRENDS.

The list of keywords: marketing Internet communications, target audience, audience, segmentation, social networks, technology, targeting, content.

Object of study – marketing Internet communications.

The subject of the research is the features and trends of Internet marketing communications in the promotion of Belarusian clothing brands (for example, the brands «Conte», «Serge», «MF»).

Purpose of work: to identify the features and trends of Internet marketing communications in the promotion of Belarusian clothing brands.

Research methods: basic principles and principles of scientific generalization and analysis of scientific data, special methods (questionnaire survey, case analysis, document analysis).

Results: a questionnaire was conducted with various active target audiences on social networks, and a strategy was developed to promote Belarusian brands using marketing Internet communications.

The novelty of the topic lies in the analysis of the work of marketing Internet communications using modern promotion tools.

The field of possible practical application: universal recommendations for the promotion of Belarusian brands using modern trends in Internet marketing communications.

The author of the work confirms the authenticity of the materials of the graduate work, as well as the independence of its implementation.

Zaharenko V.D.
