

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

ПЕТРИЩА
Татьяна Петровна

**ПРОДВИЖЕНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
(на примере сети Instagram)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель
кандидат социологических наук,
доцент Н.А. Елсукова

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – продвижение персонального бренда в социальных сетях. Предмет исследования дипломной работы – особенности продвижения персонального бренда в социальных сетях на примере сети Instagram. Цель дипломной работы – выявить особенности продвижения персонального бренда в социальных сетях на примере сети Instagram. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа, метод индукции и дедукции, описательный метод и метод сравнения, а также частнонаучные, используемые в социальных науках (опрос, контент-анализ).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: описаны особенности становления персонального бренда; раскрыта сущность социальных сетей как пространства для продвижения персонального бренда; определены основные цели, задачи и инструменты маркетинга в социальных сетях (SMM); описана специфика продвижения в сети Instagram; выяснили особенности продвижения персонального бренда; определили восприятие целевой аудиторией персонального бренда блогера; проанализировали содержание блогов в сети Instagram.

Новизна полученных результатов обусловлена с одной стороны широкой популярностью сети Instagram, а с другой малоизученностью специфики становления и продвижения персонального бренда. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при построении собственного бренда.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: бренд, персональный бренд, продвижение, продвижение персонального бренда, социальные сети, Instagram, маркетинг в социальных сетях (SMM), подписчики, блогер, блогерство.