

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ГП «АКВА-МИНСК» В
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

КИРЕЕКНО Александра Александровна

Руководитель

Хацкевич Геннадий Алексеевич,
доктор экономических наук, профессор кафедры бизнес-администрирования

Минск, 2021

—

Дипломная работа: 63 с., 1 рис., 19 табл., 54 источника, 12 прил.

СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ, SMM-СТРАТЕГИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, КОНТЕНТ, ТРЕНДЫ.

Целью дипломной работы является разработка стратегии продвижения ГП «Аква-Минск» в социальных сетях.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Провести исследование теоретических аспектов маркетинга в социальных сетях.
2. Выявить методы продвижения в социальных сетях и тренды SMM.
3. Проанализировать деятельность продвижения ГП «Аква-Минск» в социальных сетях.
4. Разработать SMM-стратегию для продвижения ГП «Аква-Минск» в социальных сетях.

Объект исследования – государственное предприятие «Аква-Минск».

Предмет исследования – стратегия продвижения ГП «Аква-Минск» в социальных сетях.

Методы исследования: обобщение, сравнение, анализ, SWOT-анализ, динамический метод с использованием коэффициента приведения.

Область возможного практического применения: применение информации менеджерами ГП «Аква-Минск» для повышения эффективности продвижения предприятия в социальных сетях.

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 63 p., Figures 1, Table 19, 54 sources, 12 app.

SOCIAL NETWORK, SMM-STRATEGY, PROMOTION, TARGET AUDIENCE, CONTENT, TRENDS.

The purpose of the work is to develop a strategy for promoting GP “Aqua-Minsk” in social networks.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. To study the theoretical aspects of marketing on social networks.
2. To identify the methods of promotion on social networks and trends SMM.
3. Analyze the activities of the promotion of GP "Aqua-Minsk" on social networks.
4. Develop an SMM strategy to promote GP "Aqua-Minsk" in social networks.

The object of the study is the state enterprise Aqua-Minsk in social networks.

Subject of research – strategies for media promotion promoting GP “Aqua-Minsk” in social networks.

Research methods: generalization, comparison, analysis, SWOT analysis, dynamic method using the coefficient of cast.

Realm of the possible practical applications: application of information by the managers of GP “Aqua-Minsk” to improve the efficiency of enterprise promotion on social networks.

The author of the work confirms that the calculating-analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all other sources were taken from literary and other sources are accompanied by references to their authors.