

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

ШИТЬКО Валерия Александровна

**БРЕНД В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ ХОСТИНГОВОЙ КОМПАНИИ
(на примере ООО «Суппорт Чейн», хостинг-провайдер «Hostfly»)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Терещенко Ольга Викентовна
кандидат социологических наук,
доцент

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – руководитель проекта «Hostfly» Александр Вячеславович Хмыль. Предмет исследования дипломной работы – продвижение организации «Hostfly» с помощью бренда. Цель дипломной работы – определение основных методов продвижения хостинг-провайдера с помощью бренда, а также выявление перспектив использования данной стратегии в отношении хостинговой компании. Методологическую основу дипломной работы составил метод глубинного интервью.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: произведен обзор ситуации на рынке хостинга на данный момент, определены основные инструменты брендинговой стратегии хостинговой компании, выявлены наиболее эффективные инструменты для продвижения хостинговой компании, и, таким образом, была наглядно продемонстрирована эффективность брендинговой стратегии.

Новизна полученных результатов заключается в наглядной демонстрации прогресса в продвижении хостинговой компании в течение 1 года и стремлении компании продолжать и дальше придерживаться данного курса. Это доказывает, что бренд как метод продвижения не теряет своих позиций и активно оправдывает себя, чего нельзя сказать о конкурирующих с ним методов «новой школы».

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

Ключевые слова: понятие бренда, проектирование бренда, продвижение организации с помощью бренда, теоретические аспекты исследования интернет-брендинга, интернет как новая среда для брендинга, компоненты интернет-брендинга, стратегии интернет-брендинга, понятие социальной сети, цели и возможности маркетинга в социальных сетях.