

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

МЕРКУЛОВА Ольга Александровна

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛОРУССКОГО БРЕНДА ОДЕЖДЫ

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Красковская Дарья Сергеевна
старший преподаватель

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

В качестве объекта исследования выступает белорусский бренда одежды «8 марта». Предмет исследования – стратегия продвижения бренда в социальных сетях. Цель работы – составление smm- стратегии для бренда белорусской одежды «8 марта». Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, swot- анализ, а также контент-анализ.

В результате исследования была выявлена целевая аудитория и конкуренты бренда «8 марта», а также проведён анализ социальных сетей бренда и его конкурентов; составлена SMM- стратегия для бренда белорусской одежды «8 марта» в социальных сетях. Были изучены особенности продвижения бренда одежды, а также проанализированы основные социальные сети и их характеристики. В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделена целевая аудитория бренда белорусской одежды «8 марта»; выявлены основные конкуренты бренда «8 марта», а также сделан анализ их социальных сетей; разработана smm- стратегия для белорусского бренда одежды «8 марта».

Научная новизна исследования заключается в отсутствие анализа социальных сетей белорусских брендов одежды. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения.

Ключевые слова: бренд, социальные сети, smm, smm- стратегия, продвижение бренда.