

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

ВИШНЯУСКАЙТЕ Альбина Витаутовна

**ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM
С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
доктор исторических наук,
профессор
И.И.Калачёва

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы состоит из введения, трех глав и заключения. Первая глава теоретическая, в ней раскрываются основы построения и продвижения бренда в современном мире. Вторая глава теоретическая, в ней раскрываются особенности нейронных сетей и направления использования нейронных сетей в продвижении бренда в Instagram. Третья глава является практической, в которой описаны особенности продвижения бренда в Instagram с помощью нейронных сетей и выведены соответствующие рекомендации на основе опыта сотрудников digital-агентства «Fistashki». Объем дипломной работы составляет 56 страниц и включает 2 приложения и 40 использованных источника.

Ключевые слова: бренд, функции бренда, этапы формирования бренда, брендбук, instagram, нейронная сеть, функции нейронных сетей, направления использования нейронных сетей, digital-маркетинг, идеология бренда, бесплатные методы продвижения бренда в instagram, платные методы продвижения в instagram, особенности продвижения в instagram.

Объект исследования дипломной работы – продвижение бренда с помощью нейронных сетей.

Предмет исследования дипломной работы – особенности продвижения бренда в социальной сети Instagram с помощью нейронных сетей.

Цель дипломной работы – раскрыть особенности продвижения бренда в социальной сети Instagram с помощью нейронных сетей.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: анализ и обобщение специальной литературы по теме дипломной работы, метод анализа и синтеза, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (метод экспертного интервью).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделено определение понятия «бренд» на основе анализа различных трактовок; определены функции и задачи бренда; выявлены методы продвижения бренда в Instagram; выявлено определение понятия «нейронная сеть», ее функции и разновидности; определены направления использования нейронных сетей в продвижении бренда в Instagram; предложены рекомендации по использованию нейронных сетей в продвижении бренда в Instagram.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к изучению особенностей продвижения бренда в социальной сети Instagram с помощью нейронных сетей. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения.

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

Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также в качестве помощи компаниям и специалистам на начальном этапе изучения нейронных сетей как инструмента для продвижения бренда в Instagram.