

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

ЖУРОМСКАЯ Полина Владимировна

**СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ
INSTAGRAM КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ
МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА БИЖУТЕРИИ «LUCK
CHERRY»**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент
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. Вторая глава является практической, в которой описаны особенности продвижения бренда бижутерии. Третья глава также практическая, где даются рекомендации по стратегии продвижения бренда малого бизнеса «Luck Cherry». Объем дипломной работы составляет 55 страниц и включает 2 приложения 21 иллюстрацию, 5 таблиц и 29 использованных источников.

Ключевые слова: бренд, функции бренда, брендинг, личный бренд, стратегия продвижения, методы продвижения бренда, социальные сети, конкурентоспособность, целевая аудитория, малый бизнес, бижутерия ручной работы.

Объект исследования дипломной работы – характеристика бренда и его особенностей в коммуникационном процессе.

Предмет исследования дипломной работы – бренд дизайнерских украшений ручной работы «Luck Cherry» и его продвижение в социальной сети Instagram.

Целью дипломной работы является определение стратегии продвижения бренда дизайнерских украшений ручной работы в социальной сети Instagram.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, сравнительный и аналитический анализы, синтез, прогнозирование, изучение конкурентной среды, метод сравнения, описательный метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (метод анкетного-опроса).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: изучены теоретические основы формирования и продвижения бренда; проанализировано продвижение бренда в социальных сетях; дана характеристика внешней, внутренней среды и конкурентоспособности малого бизнеса; проанализированы предпочтения аудитории бренда дизайнерских украшений ручной работы «Luck Cherry» в социальной сети Instagram; разработаны рекомендации по продвижению бренда «Luck Cherry» в социальной сети Instagram.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к изучению особенностей и эффективных методов продвижения бренда малого бизнеса в социальной сети Instagram. 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 при разработке и реализации маркетинговых мероприятий малого бизнеса «Luck Cherry».