

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

ПИКАС Алиса Сергеевна

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ  
КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
Д.С.Красковская

Минск, 2025

## АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы состоит из введения, трёх глав и заключения. В первом главе работы произведён теоретический анализ социальных сетей как коммуникационной платформы, определены сущность и особенности данного явления, раскрыты цели, задачи и функционал SMM, а также проведён обзор современных трендов в данной области. Во втором разделе внимание уделено специфике продвижения музыкальных организаций. Рассмотрены основы цифрового маркетинга в музыкальной индустрии, проанализированы возможности формирования музыкального бренда в социальных сетях и определены современные тенденции, влияющие на развитие данной сферы. Практическая часть исследования представлена в третьем разделе, где на примере дочерней компании «RED RUM RECORDS» ООО «МИНСК АКТИВ ТОРГ» проведён комплексный анализ целевой аудитории, выбор оптимальных платформ для продвижения, а также разработаны методы создания контента и взаимодействия с подписчиками.

Объём дипломной работы составляет 56 страницы, включает в себя 13 рисунков, 1 таблицу, 3 приложения.

Ключевые слова: социальные сети, целевая аудитория, продвижение, контент, smm (социальный медиа-маркетинг), цифровой маркетинг, брендинг, музыкальный брендинг, контент-маркетинг, социальные платформы.

Цель дипломной работы - выявление ключевых факторов, способствующих успешному продвижению организаций с использованием социальных сетей, без финансовых вложений.

Объект дипломной работы - являются социальные сети как коммуникационная площадка, используемая для продвижения студии звукозаписи.

Предмет дипломной работы - является процесс продвижения студии звукозаписи, а именно – конкретные маркетинговые и коммуникационные механизмы, применяемые в SMM для увеличения узнаваемости и эффективности продвижения.

Методологическую основу составляет теоретический анализ сущности социальных сетей, концепции SMM и основных трендов цифрового маркетинга, анализ конкурентной среды, применение методов комплексного анализа целевой аудитории, выбора оптимальных цифровых платформ (Instagram, Telegram, TikTok, Twitch) и разработки контент-стратегии для продвижения, разработка контент-плана.

Результаты исследования помогут создать эффективные маркетинговые стратегии и рекомендации для продвижения брендов в социальных сетях, с

учётом специфики музыкальных организаций и особенностей выбранной целевой аудитории, без каких-либо финансовых вложений.

Результаты и материалы дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных исследований.