

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

РУБАН Елизавета Юрьевна

**СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА ФОТОГРАФА**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
старший преподаватель
М.С.Терещенко

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав и заключения. Первая глава теоретическая, в ней раскрываются понятия «бренд» и «персональный бренд» в системе маркетинговых коммуникаций. Вторая глава содержит теоретическую и практическую части, в ней описаны особенности построения персонального бренда фотографа, а также разработана стратегия продвижения. Объем дипломной работы составляет 54 страницы, включает 1 приложение и 27 использованных источников.

Ключевые слова: бренд, персональный бренд, потребители, продвижение, фотография.

Объект дипломной работы – персональный бренд фотографа.

Предмет дипломной работы – стратегия продвижения персонального бренда фотографа.

Цель дипломной работы – разработка стратегии продвижения персонального бренда фотографа.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы анализа и синтеза, сравнения и обобщения, описательный метод, в том числе метод экспертной оценки.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрено понятие персонального бренда в системе маркетинговых коммуникаций; рассмотрено понятие и особенности персонального бренда; изучено влияние персонального бренда на успешное построение блога фотографа; рассмотрен процесс становления фотографии, как современного искусства; изучены особенности процесса разработки персонального бренда фотографа; разработана стратегия продвижения персонального бренда фотографа.

Новизна полученных результатов обусловлена высокой конкуренцией на рынке фотографов в Беларуси, а также скоростью развития технологий и трендов в сфере фотографии. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке стратегий продвижения.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании изучения достоверных источников и самостоятельно разработанной стратегии продвижения персонального бренда фотографа.