

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY**

CHAIR OF MARKETING

Master's dissertation summary

SOCIAL MEDIA MARKETING OPPORTUNITIES

FANG Weiling

Scientific supervisor
Inha Baradzina,
Candidate of Art History

Minsk, 2025

Masters' dissertation: pages 64, tables 1, sources 65, appendices 2.

SOCIAL MEDIA, SOCIAL MEDIA MARKETING, SOCIAL NETWORKS, SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SOCIAL MEDIA CONTENT INNOVATION, SOCIAL MEDIA MARKETING KPIS.

The aim of the study is to develop proposals to improve the effectiveness of Luckin Coffee company in social media marketing.

Objectives of the dissertation are:

- to review existing theoretical approaches to characterize the evolution of social media platforms;
- to identify the specifics of audience research and demographic factors in social media marketing;
- to describe the success of the Luckin Coffee company and the social media marketing of Luckin Coffee company;
- to evaluate the effectiveness of Luckin Coffee's social media marketing approaches;
- to propose marketing measures to optimize social media marketing of the Luckin Coffee company.

The object of the study is social media marketing.

The subject of the study is the specifics of Luckin Coffee company use of social media marketing and its effectiveness of improvement methods.

Research methods: method of theoretical analysis and generalization of scientific literature, synthesis, induction.

The area of possible application of the work is entities doing business in the field of social media marketing dealing with brand building and promotion issues in the People's Republic of China and other countries.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from the literature and other sources are accompanied by references to their authors.

Магистерская диссертация: страниц 64, таблиц 1, источников 65, приложений 2.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ПЛАТФОРМЫ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, ИННОВАЦИИ В КОНТЕНТЕ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, КРИТЕРИИ МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА.

Целью исследования является разработка предложений по повышению эффективности маркетинга в социальных сетях компании Luckin Coffee.

Задачи диссертации:

- рассмотреть существующие теоретические подходы для характеристики эволюции платформ социальных сетей;
- выявить специфику исследования аудитории и демографические факторы в маркетинге в социальных сетях;
- описать успех компании Luckin Coffee и маркетинг в социальных сетях компании Luckin Coffee;
- оценить эффективность подходов Luckin Coffee к маркетингу в социальных сетях;
- предложить маркетинговые меры по оптимизации маркетинга в социальных сетях компании Luckin Coffee.

Объектом исследования является маркетинг в социальных сетях.

Предметом исследования является специфика использования компанией Luckin Coffee маркетинга в социальных сетях и эффективность методов его улучшения.

Методы исследования: метод теоретического анализа и обобщения научной литературы, синтез, индукция.

Областью возможного применения работы являются субъекты, ведущие бизнес в сфере маркетинга в социальных сетях, занимающиеся вопросами создания и продвижения бренда в Китайской Народной Республике и других странах.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Магістарская дысертацыя: старонак 64, табліц 1, крыніц 65, дадаткаў 2.

САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, МАРКЕТЫНГ У САЦЫЯЛЬНЫХ МЕДЫЯ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТИ, ПЛАТФОРМЫ САЦЫЯЛЬНЫХ МЕДЫЯ, ІНАВАЦЫІ Ў КАНЦЭНТЕ Ў САЦЫЯЛЬНЫХ МЕДЫЯ, КРІ МАРКЕТЫНГ У САЦЫЯЛЬНЫХ СМЕДЫЯ.

Мэтай даследавання з'яўляецца распрацоўка прапаноў па павышэнні эфектыўнасці маркетынгу ў сацыяльных сетках кампаніі Luckin Coffee.

Задачы дысертацыі:

- разгледзець існуючыя тэарэтычныя падыходы для характарыстыкі эвалюцыі платформ сацыяльных сетак;
- выявіць спецыфіку даследавання аўдыторыі і дэмаграфічныя фактары ў маркетынгу ў сацыяльных сетках;
- апісаць поспех кампаніі Luckin Coffee і маркетынг у сацыяльных сетках кампаніі Luckin Coffee;
- ацаніць эфектыўнасць падыходаў Luckin Coffee да маркетынгу ў сацыяльных сетках;
- прапанаваць маркетынжавыя меры па аптымізацыі маркетынгу ў сацыяльных сетках кампаніі Luckin Coffee.

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца маркетынг у сацыяльных сетках.

Прадметам даследавання з'яўляецца спецыфіка выкарыстання кампаніяй Luckin Coffee маркетынгу ў сацыяльных сетках і эфектыўнасць метадаў яго паляпшэння.

Метады даследавання: метады тэарэтычнага аналізу і абагульненні навуковай літаратуры, сінтэз, індукцыя.

Вобласцю магчымага прымянення работы з'яўляюцца суб'екты, якія вядуць бізнес у сферы маркетынгу ў сацыяльных сетках, якія займаюцца пытаннямі стварэння і прасоўвання брэнда ў Кітайскай Народнай Рэспубліцы і іншых краінах.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.