

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

**ПИЩЕНКО**  
Валерия Вячеславовна

**ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
(на примере бренда AKZENTZ)**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель  
кандидат исторических наук,  
доцент М.А. Гулюк

Минск, 2020

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – продвижение бренда в социальных сетях. Предмет исследования дипломной работы – использование Смм-технологий в продвижении бренда по производству ногтевых материалов AKZENTZ. Цель дипломной работы – использование Смм-технологий в продвижении бренда по производству ногтевых материалов AKZENTZ. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: общелогические методы (анализ, синтез, обобщение, сравнение, дедукция, индукция) и исторический методы, позволившие проанализировать историю и перспективы развития брендинга в социальных сетях.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделен ряд ключевых характеристик при продвижении бренда в социальных сетях; разработана рекламная кампания для продвижения бренда в социальных сетях.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к продвижению в социальных сетях бренда AKZENTZ.

Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке рекламных кампаний для продвижения в социальных.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

*Ключевые слова: бренд, продвижение бренда, SMM, социальные сети, индустрия красоты, AKZENTZ*