

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ТАРАСЮК ВЛАДА ВІКТОРІВНА



Допускається до захисту:

в.о. завідувача кафедри
журналістики та соціальних
комунікацій,
канд.політ.н.,

С.В.Бондаренко

«___» _____ 20__ р.

**«Прокачування бізнесу в Instagram через візуальну
складову»**

Спеціальність 061 Журналістика

Випускова робота (медіа-проект)

Керівник:

Супрун В.М., доктор філологічних наук,
доцент кафедри
журналістики та соціальних комунікацій

Оцінка: ___ / ___ / ___

(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова комісії:

(підпис)

Вінниця – 2021

АНОТАЦІЯ

Тарасюк В.В. Прокачування бізнесу в Instagram через візуальну складову. Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2021. Рукопис. 7 сторінок, 6 джерел.

У роботі проаналізовано один із сучасних феноменів інтернет-комунікації – контент. Проведено системний аналіз візуальної складової комерційних аккаунтів у соціальній мережі Instagram, розглянуто їх типи. Визначено роль контенту в просуванні бізнес-аккаунтів.

Ключові слова: *соціальна мережа Instagram, контент, візуальна складова, комунікація, аналіз, просування, бізнес-аккаунт.*

АННОТАЦИЯ

Тарасюк В.В. Прокачка бизнеса в Instagram через визуальную составляющую. Донецкий национальный университет имени Василия Стуса, 2021. Рукопись. 7 страниц, 6 источников.

В работе проанализирован один из современных феноменов интернет коммуникации – контент. Проведен системный анализ визуальной составляющей коммерческих аккаунтов в социальной сети Instagram, рассмотрены их типы. Исследована роль контента в продвижении бизнес-аккаунтов.

Ключевые слова: *социальная сеть Instagram, контент, визуальная составляющая, коммуникация, анализ, продвижение, бизнес-аккаунт.*

ВСТУП

У дипломному проєкті розглянуто питання ефективності використання різних типів візуального контенту, опублікованого у комерційних аккаунтах соціальної мережі Instagram.

Тема є актуальною, тому що з настанням «карантинної епохи» бізнес-сторінки переходять у онлайн режим та стають електронними візитівками бренду.

Метою даного проєкту є розробка освітньої сторінки @taghashtag.smm, яка популяризує знання про те, як стратегічно використовувати контент і органічно просуватись бізнесу за його допомогою.

Об'єктом дослідження є візуальний контент комерційних сторінок у соціальній мережі Instagram.

Предметом дослідження є зміст візуального контенту у соціальній мережі Instagram.

Наукова новизна полягає у дослідженні візуальної складової як інструменту просування бізнесу у соціальній мережі Instagram. У процесі роботи проаналізована візуальна складова брендів, які зареєстровані у Instagram.

Особливістю запропонованого продукту є яскрава подача контенту, неформальний стиль спілкування із користувачами і можливість швидкого реагування на реакцію читачів.

ОПИС ПРОЄКТУ

Доцільність використання запропонованого формату проєкту, а саме освітньої сторінки на базі соціальної мережі Instagram, обґрунтовано тематикою контенту та можливістю ефективнішого органічного й таргетованого просування.

У даного продукту є висока перспектива розвитку і функціонування на медіаринку, а саме на платформі Instagram, за рахунок розвитку самої сторінки, можливості перетворення її на рекламний аккаунт школи, яка навчатиме просуванню через візуальну складову. Цільовою аудиторією проєкту є власники бізнесу в Україні, контент-мейкери, контент-менеджери та блогери.

Очікувані результати від впровадження інформаційного продукту:

- підвищення обізнаності людей, не задіяних у сфері соціального медіа маркетингу, у сфері просування власного бізнесу;
- створення лояльності та довіри до експертності сторінки;
- запуск інтенсивного навчання контент-стратегії.

ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Створення продукту @taghashtag.smm розпочалось із пошуку актуальних тем, які згодом були висвітлені на освітній платформі. Для цього був залучений власний аккаунт, де проводилось опитування серед підписників сторінки.

На запитання «Білі плями в контенті для вас...» користувачі дали такі відповіді: «як ефективно просувати сторінку», «таргетована реклама», «де знайти нормальні шрифти кирилицею», «як зрозуміти, що контент підходить», «красиво побудована стрічка», «органічний ріст».

Таким чином, аналізуючи відповіді, були виокремлені такі теми для матеріалів:

- аналіз ефективності контенту;
- робочі кейси;
- лайфхаки для створення контенту і просування бізнес-аккаунтів.

Далі робота продовжилась збором необхідної інформації для постів, аналізом візуалу комерційних сторінок і написанням публікацій. Теоретичні матеріали підготовлені за допомогою підбору, вивченню й аналізу публікацій Bazilik Media, сторінки маркетинг-агенції @Ya_idea та напрацювань особистого досвіду.

До кожного посту був зібраний колаж у мобільному додатку Bazaart. Обрано стиль – поп-арт, формат – колаж, а також власний шрифт, який використовується у всіх публікаціях освітнього аккаунту.

На створення колажів надихав фото-сервіс Pinterest. Адже на цьому ресурсі можна переглянутись креативом авторів контенту і надихнутись на креативний лад.

Після реалізації задуманих публікацій, у соціальній мережі Instagram зареєструвалась платформа @taghashtag.smm та відбулась публікація вищезгаданих матеріалів.

Наразі, підтримується постійний зв'язок із читачами сторінки, які реагують на пости.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ: Наш Формат, 2021. 184с.
2. Bazilik Media: медіа про комунікації та креативні індустрії.
URL: <https://bazilik.media/> (дата звернення: 15.05.2021).
3. 3.Ya_idea: сторінка маркетинг-агенції. URL:
https://www.instagram.com/ya_idea/ (дата звернення: 15.05.2021).
4. Tilda Education: освітній журнал платформи для створення сайтів.
URL: <https://tilda.education/articles-instargam-promotion> (дата
звернення: 15.05.2021).
5. Богданова М. Школа контенту. Москва: Альпіна Паблішер, 2019. 256с.
6. Pinterest: соціальний фото-сервіс. URL: <https://www.pinterest.com/> (дата
звернення: 15.05.2021).