

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
БАКАЛАВРА**

**по направлению подготовки 42.03.01–Реклама и  
связи с общественностью**



**«МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕТЕВОГО  
ИЗДАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО  
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛА «МОРС» )»**

**АВТОР РАБОТЫ  
Е.Б ЛИТВИНОВА  
РУКОВОДИТЕЛЬ РАБОТЫ  
ДОЦ.,К.Ф.Н, О.В. ЛАГУТИНА**

**«МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕТЕВОГО  
ИЗДАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО  
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛА «МОРС»»»**

---

**Объектом исследования**  
**выступает** процесс продвижения  
сетевых СМИ.

**Предмет исследования** -  
инструменты и методы PR-  
продвижения сетевых СМИ на  
примере городского интернет-  
журнала «Морс».

**Цель работы:** проанализировать  
специфику продвижения сетевых  
изданий на примере городского  
интернет-журнала «Морс»

**МОРС**  
morsmagazine.ru

**ГОРОДСКОЙ  
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ**

## «МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛА «МОРС»）」



### **Задачи исследования:**

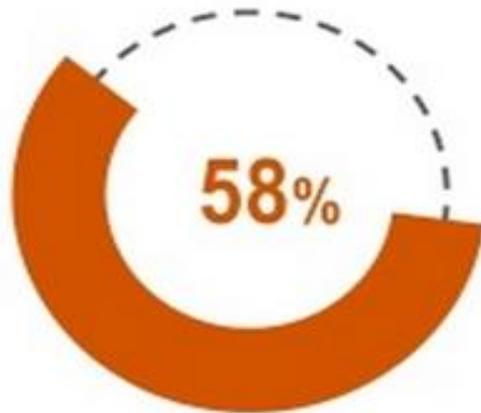
- Рассмотреть понятие, типологию и принципы работы сетевых СМИ.
- Проанализировать особенности развития сетевых СМИ в России.
- Определить специфику PR-продвижения сетевых изданий.
- Дать характеристику деятельности интернет-журнала «Морс».
- Выявить основные методы продвижения интернет-журнала «Морс» в социальных сетях.
- Разработать PR-план специального мероприятия интернет-журнала «Морс».

# Глава 1 Теоретические основы продвижения сетевых изданий в интернете



## ВСЕГО В РОССИИ ЗАРЕГИСТРИРОВАНО ОКОЛО 9,5 ТЫСЯЧ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

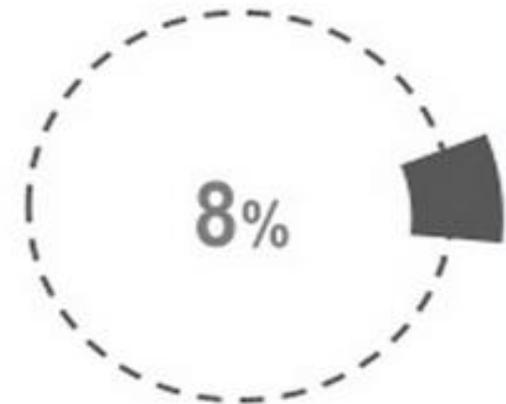
Электронные периодические издания



Сетевые издания



Блогеры



В России на конец июня 2015 года официально зарегистрировано 5365 электронных периодических изданий и 3324 сетевых изданий, а также 747 блогеров.

# Глава 1 Теоретические основы продвижения сетевых изданий в интернете

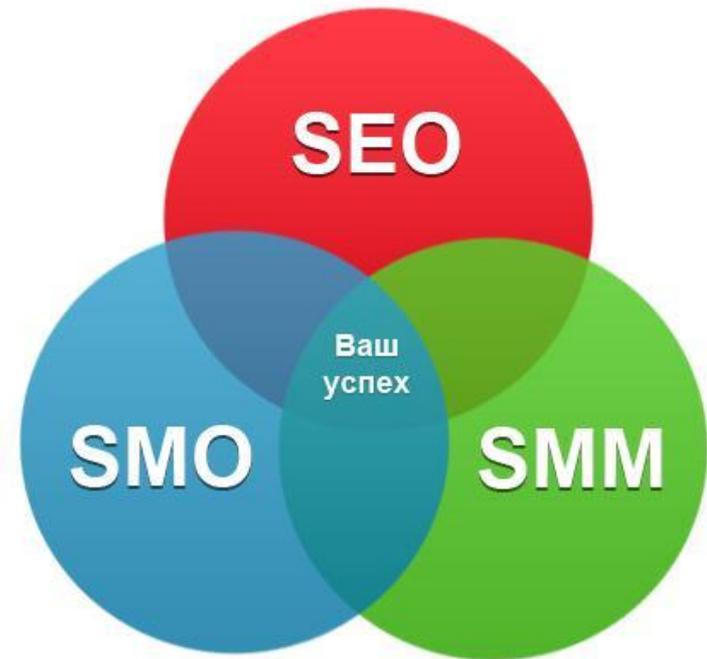


## Топ–10 самых цитируемых интернет–ресурсов



# Глава 1 Теоретические основы продвижения сетевых изданий в интернете

- Наибольший интерес в настоящее время вызывает продвижение **Web 3.0** – интенсивная конвергенция старых и новых методов продвижения. Применение
- **SMM, SMO, SEO.**



The  
**Village**



афиша

paper  
paper  
.ru **Б**

**МОРС**  
morsmagazine.ru



**БГ**

ГОРОДСКОЙ  
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

**ВЛАДИВОСТОК → 3000**



«Морс» – первый  
городской  
интернет–журнал в  
Курске.

«Мы пишем о  
людях, с  
которыми хочется  
познакомиться,  
местах, которые  
приятно посетить,  
о событиях, в  
которых нужно  
участвовать, о  
Курске, в котором  
интересно жить»

**МОРС**  
morsmagazine.ru

ГОРОДСКОЙ  
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

## Глава 2 Анализ PR–продвижения проекта «Городской интернет–журнал «Морс»



- Характеристика деятельности интернет-журнала «Морс».
- Анализ основных методов продвижения интернет-журнала «Морс» в социальных сетях.
- PR-план проведения специального мероприятия интернет-журналом «Морс».

**МОРС**  
morsmagazine.ru

ГОРОДСКОЙ  
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

## Глава 2 Анализ PR–продвижения проекта «Городской интернет–журнал «Морс»



### Городской интернет–журнал «Морс»

**Целевая аудитория** интернет–журнала «Морс» – читатели с активной жизненной позицией, которые интересуются всем лучшим, что происходит в городе: идеями, людьми, тенденциями, предметами, местами и событиями. Это женщины (60%) и мужчины (40%), активного возраста от 16–45 лет.

Ядро аудитории интернет–журнала «Морс» – молодые предприниматели, общественные деятели, музыканты, дизайнеры и художники. Представители творческой активной интеллигенции города Курска.

Главные **6 тематических разделов** формируют основной контент интернет–журнала «Морс»:

- «События»;
- «Люди»;
- «Места»;
- «Темы»;
- «Стрелка»;
- «Run For Fun» (спецпроект).

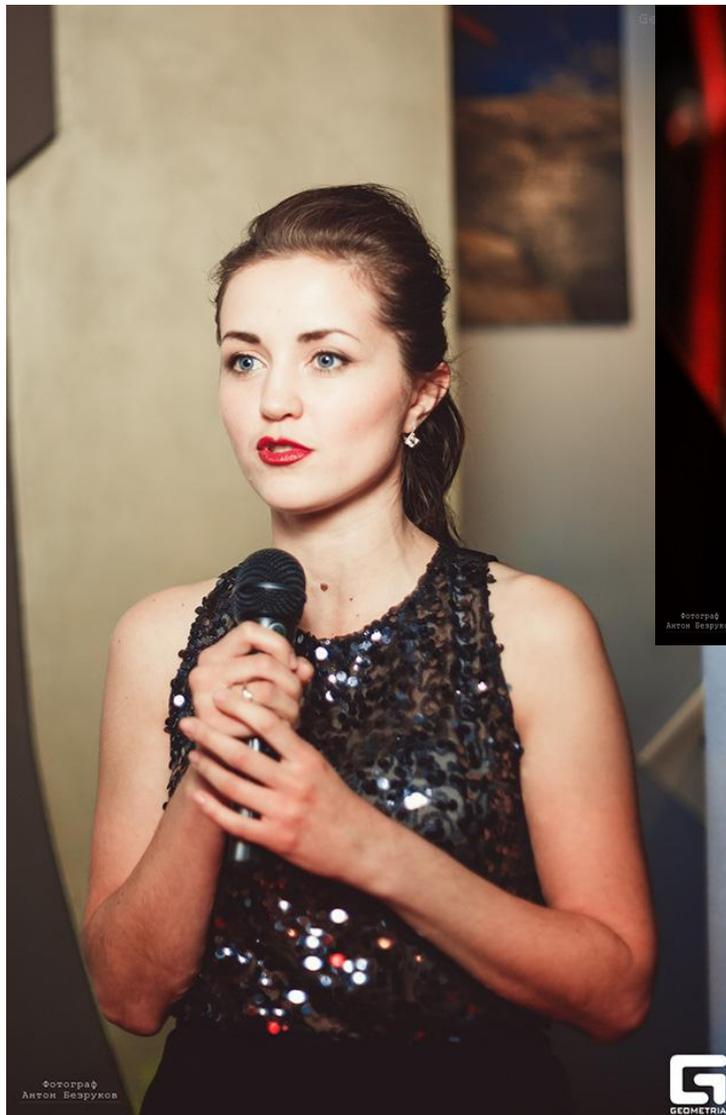


На данный момент  
городской  
интернет–журнал  
«Морс» насчитывает  
более 150 статей,  
1300 фотографий и  
свыше  
10 000 уникальных  
посетителей на  
сайте.

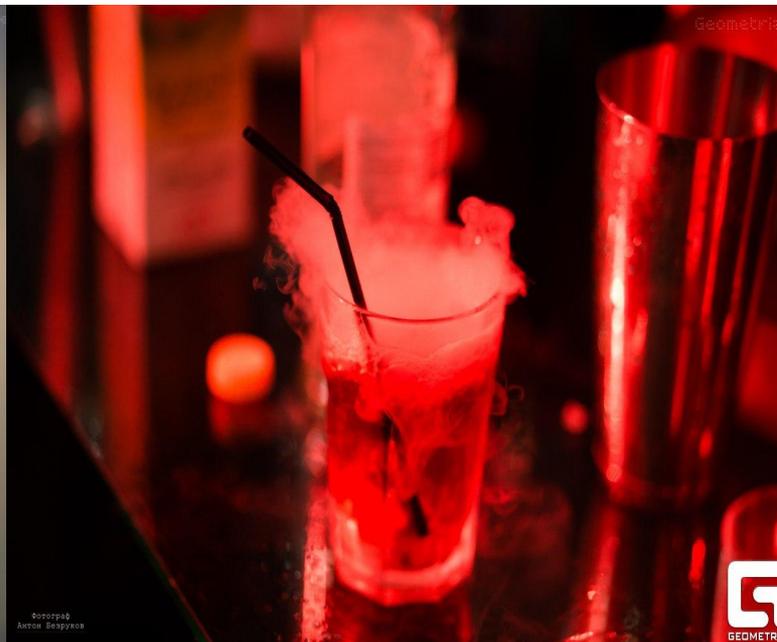
[morsmagazine.ru](http://morsmagazine.ru)



## ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНТЕРНЕТ- ЖУРНАЛА «МОРС»



Фотограф  
Антон Безруков



Фотограф  
Антон Безруков



Фотограф  
Антон Безруков



Фотограф  
Антон Безруков



**Главный редактор**  
городского интернет-журнала  
«Морс» Верютина А.А.



На май 2016 года по численности публичная страница «ВКонтакте»

Интернет-журнал Морс | Курск составляет более 3 000 подписчиков, имеет 700 записей.

## Instagram

Аккаунт **morsmagazine** имеет 222 публикации и более 500 подписчиков

## Twitter

Аккаунт **Mors Magazine** имеет 52 твита, 8 читателей



**SMM (Social media marketing)** – это комплекс регулярных мероприятий, направленный на привлечения посетителей на сайт или внимания к бренду или продукту через социальные платформы.

# Special event– открытие бегового клуба Run For Fun



ГОРОДСКОЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

при

БЕГОВОЙ КЛУБ

RUN  
FOR  
FUN



БЕГОВОЙ КЛУБ

RUN  
FOR  
FUN

## Глава 2 Анализ PR–продвижения проекта «Городской интернет–журнал «Морс»

«Для тех, кто любит спорт.

Для тех, кому нужна компания.

Для тех, кому нужен пинок».

Под таким слоганом 8 мая стартовал беговой клуб Run For Fun.

RUN  
FOR  
FUN

С НАМИ БЕЖИТ:

КРИСТИНА УГАРОВА-ХАЛЕЕВА

Мастер спорта международного класса, серебряный призёр Европы на дистанции 1500 м, бронзовый призёр Всемирной летней Универсиады 2015 года по легкой атлетике в Южной Корее

«Я за то, чтобы каждый вёл здоровый образ жизни и занимался спортом!»



# Special event – открытие бегового клуба Run For Fun



# Партнеры

бегового клуба  
Run For Fun



Ростелеком



Highway  
рекламная группа



ЛИТЕРАТУРНОЕ КАФЕ





# Special event– открытие бегового клуба Run For Fun



# Special event– открытие бегового клуба Run For Fun



# Special event– открытие бегового клуба Run For Fun



# Special event– открытие бегового клуба Run For Fun



Спасибо за  
внимание!