

Курсовая работа по дисциплине «Оценка и прогнозирование социально- политической обстановки»

на тему:

«Интернет-мемы как перспективный инструмент digital стратегии компании»

Выполнила:

Студентка 1 курса магистратуры,
группы 314м

Нерезенко Любовь Александровна

Руководитель:

Кандидат политических наук,
Беленкова Лариса Михайловна



Актуальность темы курсовой работы

Актуальность данной темы определена совокупностью ряда обстоятельств. Сегодня интернет является одним из самых мощных инструментов в мире. В современном обществе он проник в каждую сферу жизни человека (учёба, развлечения и т.д.). В связи со стремительным развитием информационных технологий компании всё чаще переносят туда часть своей деятельности. Поэтому, для осуществления эффективной деятельности организации необходимо разработать digital стратегию.

У digital стратегии есть ряд преимуществ: она эффективна с экономической точки зрения, её легко измерить, позволяет создать репутацию бренда, привлекать больше клиентов, digital стратегию можно регулировать в любое время и она обеспечивает жизнеспособность бизнеса.



Теоретическая база исследования



Теоретическая база исследования особенностей разработки digital стратегии представлена трудами Христофарова Е. И., Бутковской Г.В., Плужникова И.И, Шапа Н.Н., Лобань А.А., Кожушка О.А., Агеева А.Ю., Чалдини Р., Халилова Д., Сидорина Д., Прохорова Н. и другими.



Цель и задачи исследования

Целью курсовой работы является разработка предложений по использованию интернет-мемов при создании digital стратегии компании.

В связи с поставленной целью, необходимо решить следующие задачи:

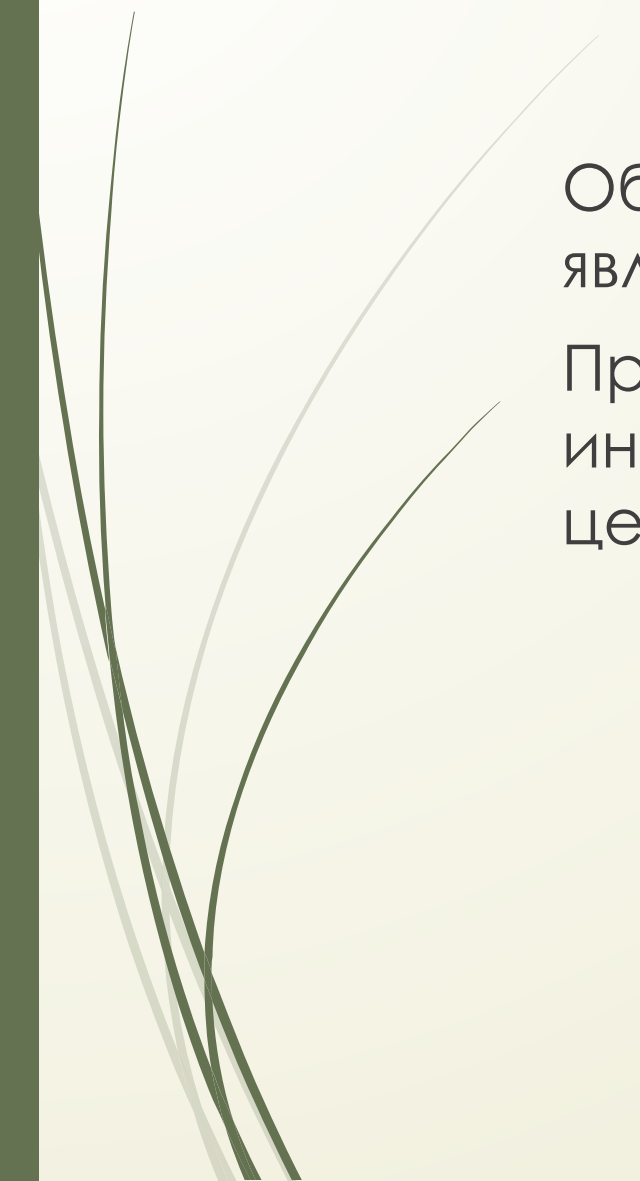
1. Изучить сущность digital стратегии компании и её классификации;
2. Охарактеризовать основные этапы разработки digital стратегии;
3. Изучить сущность и основные свойства интернет-мемов;
4. Изучить и проанализировать кейсы по разработке digital стратегии компании;
5. Рассмотреть основные виды интернет-мемов;
6. Изучить и проанализировать примеры использования мемов для продвижения компаний



Объект и предмет исследования

Объектом исследования данной курсовой работы является digital стратегия.

Предмет исследования – использование мемов в инструментах digital стратегии для привлечения целевой аудитории к продукции компании.





Выводы по первой главе

- До настоящего времени (а именно до 2022 года) не было общего определения термина «digital стратегия»;
- нами были выделены основные элементы, которые входят в структуру digital стратегии: учёт отраслевой специфики бизнеса, инструменты digital стратегии, бюджетирование и планирование KPI, рекомендация контрагентов для воплощения стратегии, концепция системы аналитики, анализ конкурентов, контроль в течение первых двух месяцев;
- Разработка digital стратегии состоит из 6 этапов. Все они неразрывно связаны между собой;
- Мем обладает следующими свойствами: всемирная известность, вирусное распространение, его адаптация и модернизация. Все эти качества делают мем крайне эффективным инструментом в продвижении компаний на рынке.

Пример использования мемов в в digital стратегии «Spotify»



Пример использования мемов в digital стратегии «Domino's Pizza»

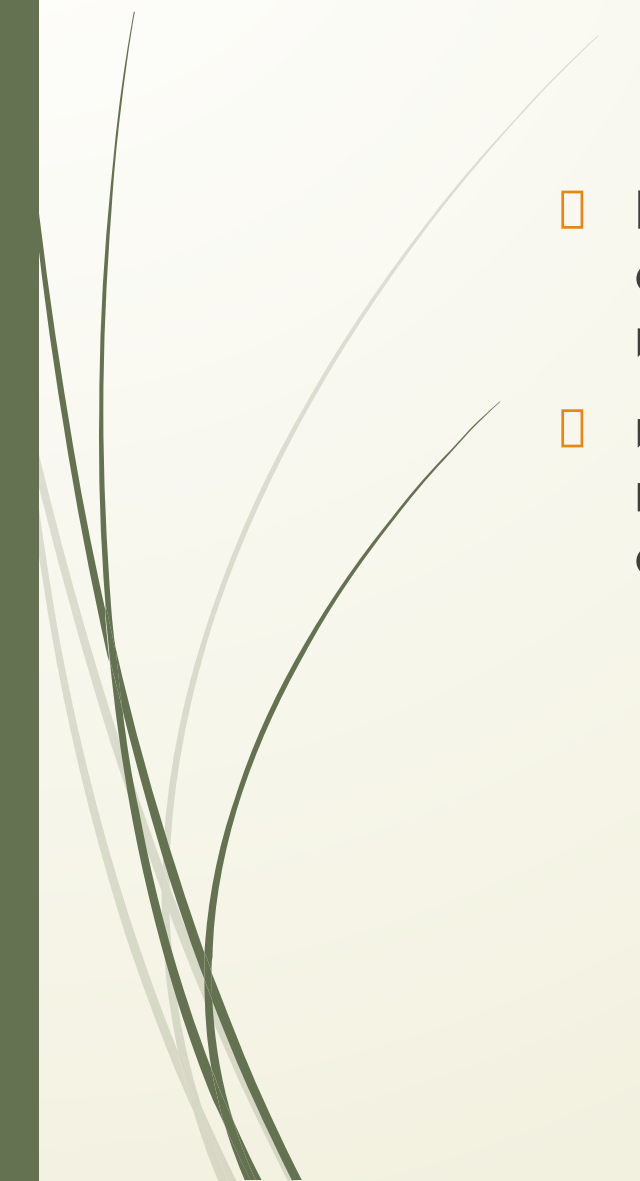


VR технологии в digital стратегии «IKEA»



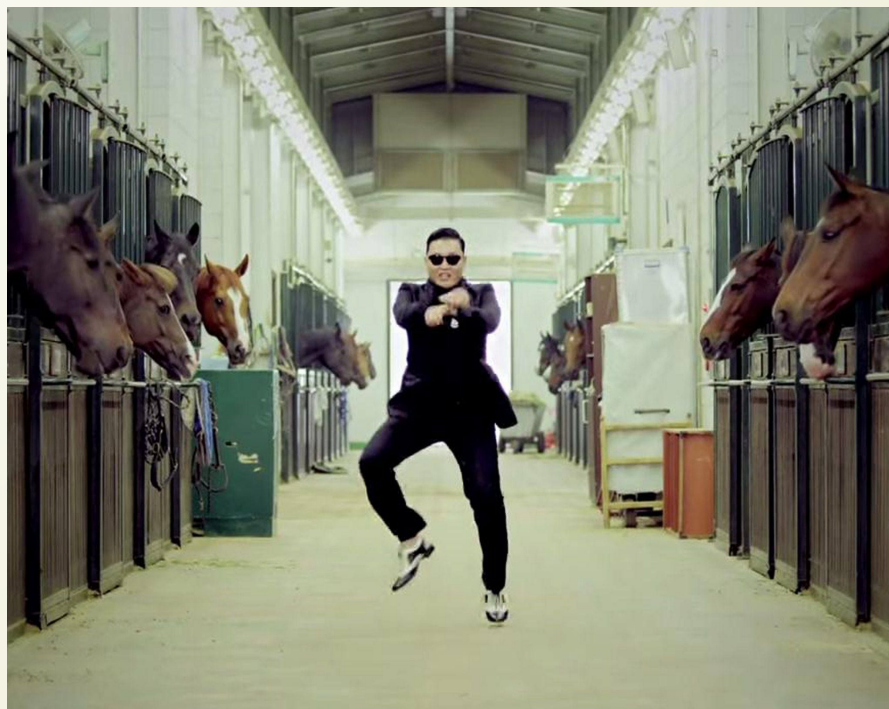


Выводы по второй главе

- Помимо базовых инструментов digital стратегии (корпоративный сайт, таргетированная реклама, социальные сети и т.д.) бренды используют технологии виртуальной реальности (VR);
 - инструментами digital стратегии можно считать рекламные кампании, в случае если информация о них размещена на официальных интернет-ресурсах компаний.
- 

Виды мемов

Вирусное видео



Смешанный мем (Классический)



Виды мемов

Мем со знаменитостью
(подвид мема с персонажем)

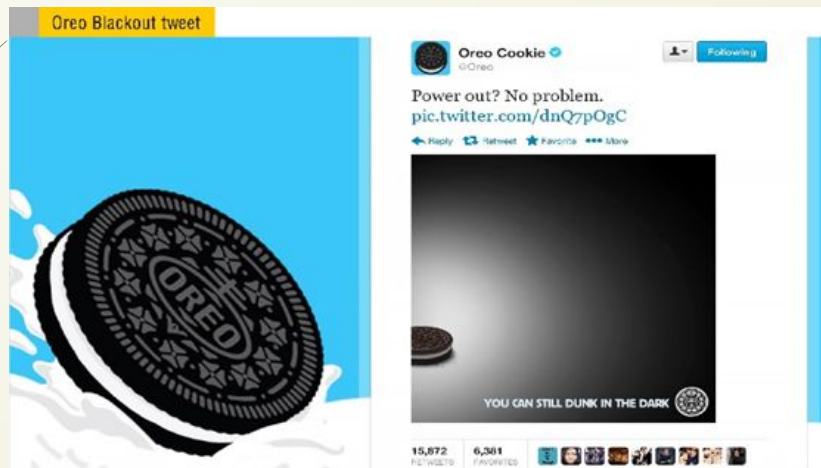


«Эксплуатируемый»
/Exploitable



Использование мемов в рекламных кампаниях брендов

«Oreo»



«Nike»



Использование мемов в рекламных кампаниях брендов

Gucci



Hipchat





Практические рекомендации по созданию и использованию мемов в качестве инструмента digital стратегии компании

Для создания успешного мема нужно:

- Учитывать, что мем должен рассказывать историю аудитории;
 - Изучить основные тенденции рынка;
 - Выбрать эмоцию, которую необходимо передать с помощью мема;
 - Изучить уже существующие мемы;
 - Перед запуском нужно обязательно протестировать созданный мем.
- 



Выводы по третьей главе

- К основным видам мемов относятся классические мемы, вирусные видео, мем со знаменитостью, фразы и сленг и «эксплуатируемые» мемы;
- Бренды часто адаптируют уже существующие мемы. Однако для фирмы этого может быть недостаточно для эффективного достижения поставленных целей;
- Для создания успешного мема и его дальнейшего использования в digital стратегии компании нужно учитывать, что мем должен рассказывать историю аудитории, изучить основные тенденции рынка, выбрать эмоцию, которую необходимо передать с помощью мема, изучить уже существующие мемы, перед запуском нужно обязательно протестировать созданный мем



Спасибо за внимание.