

**Белорусский государственный университет
Факультет международных отношений**

Кафедра международных экономических отношений

Реферат дипломной работы

« Роль товарной и коммуникационной политики в повышении конкурентоспособности международных компаний»

Далян Анна Варгановна,

руководитель Климович Людмила Александровна

2015

РЕФЕРАТ

Далян Анна Вартановна

«Роль товарной и коммуникационной политики в повышении конкурентоспособности международных компаний»

Дипломная работа: 94 с., 22 рис., 16 табл., 93 источника, 1 прил.

Ключевые слова: КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, РЫНОК ГОРЯЧИХ НАПИТКОВ, АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА, БРЕНДИНГ, ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ.

Объект исследования – товарная и коммуникационная политика компаний.

Предмет исследования – стратегии международных компаний, действующих на рынке горячих напитков, и их воздействие на конкурентоспособность компаний.

Цель исследования – выявить значение и взаимосвязь между товарной и коммуникационной политикой и конкурентоспособностью компаний на фоне особенностей современного развития рынка горячих напитков.

Исследования и разработки: проанализированы тенденции развития мирового и белорусского рынка горячих напитков, определены особенности товарных и коммуникационных стратегий и обусловленные ими конкурентные преимущества международных компаний и отечественной компании «Кофеин».

Область возможного практического применения: использование схем и особенностей товарной и коммуникационной политики международных компаний в деятельность отечественных производителей.

Методы исследования: анализа и синтеза, индукции и дедукции, позитивного и нормативного анализа, метод восхождения от абстрактного к конкретному, единство логического и исторического подходов, экономико-математические методы.

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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Далян Ганна Вартанаўна
«Роля таварнай і камунікацыйнай палітыкі ў павышэнні
канкурэнтаздольнасці міжнародных кампаній»

Дыпломная праца: 94 с., 22 мал., 16 табл., 93 крыніцы, 1 прыкл.

Ключавыя словы: КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, КАНКУРЭНТНАЯ ПЕРАВАГА, ТАВАРНАЯ ПАЛІТЫКА, КАМУНІКАЦЫЙНАЯ ПАЛІТЫКА, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ТЭНДЭНЦЫІ, РЫНАК ГАРАЧЫХ НАПІТКАЎ, АСАРТЫМЕНТНАЯ ПАЛІТЫКА, БРЭНДЫНГ, ДЫФЕРЭНЦЫЯЦЫЯ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ.

Аб’ект даследавання – таварная і камунікацыйная палітыка кампаній.

Прадмет даследавання – стратэгіі міжнародных і айчынных кампаній, дзеючых на рынку гарачых напіткаў, у межах таварнай і камунікацыйнай палітыкі і іх уплыў на канкурэнтаздольнасць кампаній.

Мэта даследавання – выявіць значэнне і ўзаемасувязь паміж таварнай і камунікацыйнай палітыкай і канкурэнтаздольнасцю кампаній на фоне сучасных асаблівасцей развіцця рынку гарачых напіткаў.

Даследаванні і распрацоўкі: прааналізаваны тэндэнцыі развіцця міравога і беларускага рынкаў гарачых напіткаў, вызначаны асаблівасці таварных і камунікацыйных стратэгій і абумоўленыя імі канкурэнтныя перавагі міжнародных і кампаній і беларускай кампаніі «Кофеін».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: укараненне схем і асаблівасцяў таварнай і камунікацыйнай палітыкі міжнародных кампаній у дзейнасці айчынных вытворцаў.

Метады даследавання: аналізу і сінтэзу, індукцыі і дэдукцыі, пазітыўнага і нарматыўнага аналізу, метады узыходжання ад абстрактнага да канкрэтнага, адзінства лагічнага і гістарычнага падыходаў, эканоміка-матэматычныя метады.

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 тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ANNOTATION

Anna Dalyan

«The role of product and communication strategies in enhancing competitiveness of international companies»

Degree paper: 94 p., 22 ill., 16 tab., 93 sources, 1 app.

Key words: COMPETITIVENESS, COMPETITIVE ADVANTAGE, PRODUCT STRATEGY, COMMUNICATION STRATEGY, MARKETING TRENDS, HOT DRINKS MARKET, ASSORTMENT POLICY, BRANDING, DIFFERENTIATION, POSITIONING.

Research object – companies' product and communication strategy.

Research subject – strategies of international foreign and domestic companies on hot drinks' market in the frames of product and communication decisions and their influence on companies' competitiveness.

Aim of the research – to detect the importance and connection between the chosen product and communication strategies and companies' competitiveness against a background of current peculiarities of hot drinks' market development.

Research and elaboration: a complex analysis of current tendencies of world and Beralurisan hot drinks' market, determination of main features of product and communication strategies and subsequent sources of competitive advantages of international foreign companies and a Belarusian company «Кофеин».

Domain of possible practical usage: implementation of the schemes and peculiarities of product and communication policies of international companies into the activities of domestic producers.

Methodology of research: analysis and synthesis, induction and deduction, positive and normative analysis, method of moving from abstract to concrete, unity of logical with histoical approaches, economic-mathematical methods.

The author of the work confirms that computational and analytical material presented correctly and objectively reproduces the picture of the investigated process, and all the theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are given with the references to their authors.