

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международных экономических отношений

Аннотация к дипломной работе

**РОЛЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ПРОДВИЖЕНИИ
ПРОДУКЦИИ БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ
РЫНКИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АМВИТбел»)**

НАГОРНОВА

Анастасия Александровна

Научный руководитель - кандидат экономических наук, доцент Л.А.
Климович

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 90 с., 20 рис., 12 табл., 51 источник.

Ключевые слова: КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ, СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ, ПРОДВИЖЕНИЕ, РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ - РЕКЛАМА, РАБОТА С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

Объект исследования – общество с ограниченной ответственностью «АМВИТбел».

Предмет исследования – коммуникационная политика предприятия.

Цель исследования – роль программы коммуникационной политики компании ООО «АМВИТбел» при выходе на зарубежные рынки.

В работе рассмотрены теоретические основы коммуникационной политики и коммуникационной стратегии, особенности коммуникационной политики компаний на зарубежных рынках, дан анализ коммуникационной политике компании «Bayer» и «АМВИТбел». Предложены рекомендации по совершенствованию коммуникационной политики компании при продвижении ими своей продукции на зарубежные рынки, на примере ООО «АМВИТбел».

Предложенные рекомендации, описывают возможные пути совершенствования коммуникационной политики белорусских компаний при выходе на зарубежные рынки. Данные рекомендации могут быть применены при разработке программ маркетинговых коммуникаций в экспортной деятельности белорусских компаний.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 90 с., 20 мал. , 12 табл., 51 крыніца.

Ключавыя словы: КАММУНІКАЦЫЙНАЯ ПАЛІТЫКА, КАММУНІКАЦЫЙНАЯ СТРАТЭГІЯ, СРОДКІ КАММУНІКАЦЫІ, ІНФАРМАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, ПАСЛУГІ, РЭКЛАМА, ІНТАРНЭТ-РЭКЛАМА, ПРАЦА З ГРАМАДСКАСЦЮ.

Аб'ект даследавання – таварыства з абмежаванай адказнасцю «АМВІТбел».

Прадмет даследавання – камунікацыйная палітыка прадпрыемства.

Мэта даследавання – роль праграмы камунікацыйнай палітыкі кампаніі ТАА «АМВІТбел» пры выхадзе на замежныя рынкі.

У працы разгледжаны тэарэтычныя асновы камунікацыйнай палітыкі і камунікацыйнай стратэгіі, асаблівасці камунікацыйнай палітыкі кампаній на замежных рынках, дадзены аналіз камунікацыйнай палітыцы кампаній «Вайер» і «АМВІТбел». Прапанаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні камунікацыйнай палітыкі кампаніі пры прасоўванні імя сваёй прадукцыі на замежныя рынкі, на прыкладзе ТАА «АМВІТбел».

Прапанаваныя рэкамендацыі, апісваюць магчымыя шляхі ўдасканалення камунікацыйнай палітыкі беларускіх кампаній пры выхадзе на замежныя рынкі. Дадзеныя рэкамендацыі могуць быць ужытыя пры распрацоўцы праграм маркетынговых камунікацый у экспартнай дзейнасці беларускіх кампаній.

ANNOTATION

Degree paper: 90 p., 20 ill., 12 tab., 51 source.

Key words: COMMUNICATION POLICY, COMMUNICATION STRATEGY, COMMUNICATION FACILITIES, PROMOTION, INFORMATION TECHNOLOGIES, ADVERTISING, INTERNET - ADVERTISING, PUBLIC RELATIONS.

Object of research – limited liability company "AMVITbel".

Subject of the research – the communication policy of the enterprise.

Purpose of research: the role of the communication policy of the limited liability company "AMVITbel" when entering foreign markets.

The paper identifies theoretical basis of communication policy and communication strategy, specifies communication policy of companies in foreign markets, analyzes the communication policy of «Bayer» and «AMVITbel» companies. Recommendations are proposed for improving the company's communication policy when promoting their products to foreign markets on example of LLC «AMVITbel».

The suggested recommendations describe possible ways of improving the communication policy of Belarusian companies when entering foreign markets. These recommendations can be applied in the development of marketing communications programs in the export activities of Belarusian companies.