

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ДОРОНИН
Илья Витальевич

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ
AMAZON.COM И ALIEXPRESS: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент А. И. Соловьев

Допущен к защите

«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью
кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 58, рисунков – 3, источников – 67, приложений – 3.

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ, ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ, НАУЧНЫЕ ИННОВАЦИИ, ОБЩЕСТВЕННАЯ РЕАКЦИЯ, ТОРГОВАЯ ВОЙНА

Объект исследования: крупнейшие интернет-магазины мира – Amazon и AliExpress

Предмет исследования – применяемые Amazon и AliExpress технологии продвижения на собственных и мировых рынках, а также общественная реакция на них.

Цель работы: Рассмотреть деятельность интернет-магазинов, систематизировать эту информацию и на ее основе сравнить деятельность компаний и спрогнозировать возможные шаги компаний в дальнейшем.

Методы исследования: индукция, сравнительный анализ, гипотетико-дедуктивный метод, метод аналогии, контент-анализ.

Полученные результаты и их новизна: деятельность компаний Amazon и AliExpress и общественная реакция на них собрана и систематизирована. Результатам дано объяснение. На основе информации проведен сравнительный анализ, результаты анализа использованы для прогнозирования действий компаний на рынке в дальнейшем.

Новизна темы заключается в сравнительном анализе Amazon и AliExpress и прогнозировании их дальнейших действий на мировых и национальных рынках на основе фактов.

Область возможного практического применения: результаты сравнения, а также прогноз на ближайшее будущее могут быть использованы как теоретический материал для специалистов по коммуникации, работающими с Amazon и AliExpress, а также как материал для законодательных инициатив, связанных с действием онлайн-ритейлеров в Беларуси.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованные в работе.

Доронин И.В.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 58, малюнкаў – 3, крыніц – 67, дадаткаў – 3.

ІНТЭРНЭТ-КРАМЫ, НАВУКОВЫЯ ІНАВАЦЫІ, ГРАМАДСКАЯ
РЭАКЦЫЯ, ГАНДЛЁВАЯ ВОЙНА, ТЭХНАЛОГІІ ПАШЫРЭННЯ

Аб'ект даследавання: буйнейшыя інтэрнэт-крамы свету – Amazon і AliExpress

Прадмет даследавання – тэхналогіі пашырэння на ўласных і сусветных рынках, якія прымяняюцца Amazon і AliExpress, а таксама грамадская рэакцыя на іх.

Мэта працы: разгледзець дзейнасць інтэрнэт-крам, сістэматызаваць гэтую інфармацыю і на яе аснове параўнаць дзейнасць кампаній і спрагназаваць магчымыя крокі кампаній у далейшым.

Метады даследавання: індукцыя, параўнальны аналіз, гіпатэтыка-дэдуктыўны метады, метады аналогіі, кантэнт-аналіз.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: дзейнасць кампаній Amazon і AliExpress і грамадская рэакцыя на іх сабрана і сістэматызавана. Выніках дадзена тлумачэнне. На аснове інфармацыі праведзены параўнальны аналіз, вынікі аналізу выкарыстаны, для прагназавання дзеянняў кампаній на рынку ў далейшым.

Навізна тэмы заключаецца ў параўнальным аналізе Amazon і AliExpress і прагназаванні іх наступных дзеянняў на сусветных і нацыянальных рынках на аснове фактаў.

Сфера магчымага практычнага прымянення: вынікі параўнання, а таксама прагноз на бліжэйшую будучыню могуць быць выкарыстаны як тэарэтычны матэрыял для спецыялістаў па камунікацыі, якія працуюць з Amazon і AliExpress, а таксама як матэрыял для заканадаўчых ініцыятыў, звязаных з дзеяннем анлайн-рытэйлераў у Беларусі.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Даронін І.В.

ABSTRACT

Diploma work: 58 p, 3 pictures, 67 sources, 3 appendices.

ONLINE STORES, TECHNOLOGIES OF PROMOTION, SCIENTIFIC INNOVATIONS, SOCIAL REACTION, TRADE WAR

Object of research: the largest online stores in the world – Amazon and AliExpress

The subject of research is the promotion technologies used by Amazon and AliExpress in their own and global markets, as well as public reaction to them.

Aim of work: to review the activities of online stores, systematize this information and, on its basis, compare the activities of companies and predict possible steps of companies in the future.

Research methods: induction, comparative analysis, hypothetical-deductive method, analogy method, content analysis.

empirical, general logical, comparative analysis, hypothetical-deductive method.

Obtained results and their novelty: the activities of Amazon and AliExpress and public reaction to them were collected and systematized. The results are explained. Based on the information, a comparative analysis was carried out; the analysis results were used to predict the actions of companies in the market in the future.

The novelty of the topic lies in the comparative analysis of Amazon and AliExpress and prediction of their future actions in world and national markets based on facts.

Field of practical application: the results of the comparison, as well as the forecast for the near future, can be used as theoretical material for communication professionals working with Amazon and AliExpress, and as material for legislative initiatives related to online retailers in Belarus.

The author of the work confirms the reliability of the study, as well as the objectivity of references to sources used in the work.

Doronin I.V.
