

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

КОЧЕНКО

Элина Витальевна

**СОВРЕМЕННЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ
МАРКЕТИНГЕ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Н. В. Черченко

Допущена к защите
«__»_____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга,
кандидат экономических наук, доцент
_____ Н.В. Черченко

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ	8
1.1 Экономическое содержание международного маркетинга и PR.....	8
1.2 PR: сущность, основные цели и задачи в международном маркетинге.....	10
1.3 Характеристика современных PR-технологий и подходы к оценке их результативности.....	13
1.4 PR-мероприятия в Республике Беларусь.....	21
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ PR- ТЕХНОЛОГИЙ В РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».....	33
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ».....	33
2.2 Основные направления PR-деятельности организации «ЦЕНТРКУРОРТ».....	36
2.3 Анализ PR-мероприятий организации «ЦЕНТРКУРОРТ» и оценка результативности их проведения.....	41
ГЛАВА 3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».....	49
3.1 Предложения по повышению эффективности PR-деятельности в рамках маркетинговой программы РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».....	49
3.2 Предложения по осуществлению контроля и отслеживания достигаемого эффекта от PR-мероприятий, проводимых РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	55
ПРИЛОЖЕНИЕ А Организационная структура РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Контракты о международном сотрудничестве с РУП «ЦЕНТРКУРОРТ», подписанные благодаря PR-мероприятиям.....	59

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 63 с., 4 рис., 11 табл., 57 источников, 3 прил.

СОВРЕМЕННЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ, PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, PR-МЕРОПРИЯТИЯ, ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Цель исследования: разработка предложений по повышению результативности использования PR-мероприятий в РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Объект исследования: международный маркетинг.

Предмет исследования: PR-деятельность в международной маркетинговой деятельности РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Методы исследования: наблюдение, анализ, индукция, дедукция, аналитический метод, статистический метод, математический метод, сравнительный метод, методы структурно-логического анализа.

Исследования и разработки: на основе анализа существующей внедренной и активно применяющейся PR-деятельности в рамках маркетинговой программы РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» были сформулированы предложения по повышению результативности и эффективности таких мероприятий.

Элементы научной новизны: разработаны предложения по повышению результативности PR-деятельности на предприятии, предложены варианты расширения географии такой деятельности с аргументацией и просчетом предполагаемого эффекта.

Область возможного практического применения: практический маркетинг ООО РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений поможет предприятию отслеживать итоги деятельности и расходов, облегчит процесс принятия управленческих решений.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал 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.

ESSAY

Thesis: 63 p., 4 pic., 11 tab., 57 sources, 3 attachments.

MODERN PR-TECHNOLOGIES IN INTERNATIONAL MARKETING, PR-ACTIVITY, PR-EVENTS, EVALUATION OF THEIR EFFICIENCY

The purpose of the research: development of proposals to improve the effectiveness of the use of PR-activities of CENTRKURORT.

Object of study: international marketing.

Subject of research: PR activities in international marketing activities of CENTRKURORT.

Research methods: observation, analysis, induction, deduction, analytical method, statistical method, mathematical method, comparative method, methods of structural and logical analysis.

Research and development: on the basis of the analysis of existing PR activities that have been actively implemented and used in the framework of the marketing program of CENTERKURORT, proposals were made to improve the effectiveness and efficiency of such measures and ways to track

Elements of scientific novelty: proposals were developed for improving the PR activity at the enterprise, options were proposed for expanding the geography of such activities with arguments and miscalculations of the proposed effectiveness, the draft Regulation "On the Implementation of the PR Performance Monitoring System".

The area of possible practical application: practical marketing of CENTERKURORT

Technical, economic, social significance: the introduction of proposals for proposals to improve the effectiveness and efficiency of PR-events will help the company monitor the results of activities and costs, facilitate management decision-making, and ultimately strengthen its competitiveness in a highly competitive market.

The author confirms that the analytical material presented in it objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акофф, Р. П. Планирование будущего корпорации / Р. П. Акофф. – Москва : Прогресс, 2012. – 230 с.
2. Алаев, Э.Б. Социально-экономическая география. / Э. Б. Алаев. – Москва : Мысль, 2013. – 415 с.
3. Амблер, Т. Д. Практический маркетинг: в переводе с английского / Т. Д. Амблер.– Санкт-Петербург : Питер, 2016. – 400 с.
4. Баумгертнер, В. Ф. Маркетинг инвестиций : учеб.–метод. пособие / В. Ф. Баумгертнер. – Санкт-Петербург : Геликон Плюс, 2012. – 239 с.
5. Большаков, А. С. Современный менеджмент: наука и практика / А.С. Большаков, В. И. Михайлов. – Санкт-Петербург : Питер, 2015. – 416 с.
6. Беленкова, А. А. PRостой пиар / А. А. Беленкова. – Москва : НТ-Пресс, 2014. – 256 с.
7. Блэк, С. С. PR : международная практика / С.С. Блэк. –Москва : Прогресс, 2013. – 415 с.
8. Брайант, Д. Т. Основы воздействия СМИ / Д. Т. Брайант – Москва : НТ-Пресс, 2014. – 203 с.
9. Булгакова, Л. Н. Пиар: миф или реальность, или Кто Кем виляет / Л. Н. Булгакова, И. В. Захаренко, В. В. Красных / Политический дискурс в России. – Выпуск 4. – Санкт-Петербург : Геликон Плюс, 2012. – 239 с.
10. Вебстер, Ф. Изменение роли маркетинга в корпорации: классика маркетинга / Ф. Вебстер, Б. М. Энис, К. Т. Кокс. – Санкт-Петербург : Питер, 2012. – 216 с.
11. Голубков, Е. П. Маркетинг : Словарь-справочник / Е. П. Голубков – М: Дело, 2013. – 440 с.
12. Гуияр, Ф. Ж. Преобразование организации : пер. с англ. / Ф. Ж. Гуияр, Дж. Н. Келли. – М.: Дело, 2014. – 376 с.
13. Данько, Т. П. Развитие методологических основ теории управления маркетингом : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук : 12.00.15 / Т.П. Данько.– СПб.: СПбГУЭФ, 2014. – 196 с.
14. Данько Т. П. Управление маркетингом : учеб.-метод. пособие / Т. П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 280 с.
15. Диксон, П. Р. Управление маркетингом : пер. с англ. / П. Р. Диксон.– М. : ЗАО «Издательство БИНОМ», 2015. – 560 с.
16. Дойль, П. Менеджмент: стратегия и тактика: пер. с англ. / П. Дойль.– СПб. : Питер, 2014. – 560 с.

17. Егоров, А. Ю. Пульсирующий менеджмент / А. Ю. Егоров, Л. Ф. Никулин. – М. : изд-во Рос. экон. акад. – Екатеринбург : Деловая книга, 2012. – 236 с.
18. Кравченко, А. И. История менеджмента / А. И. Кравченко. – Москва : Академический проект, 2011. – 556 с.
19. Колесникова, Е. В. Роль PR в современном мире / Е. В. Колесникова, Н. В. Рябова. – Москва : Прогресс, 2013. – 525 с.
20. Кругов, М. Экономическая политика России : пособие для либеральных реформаторов / М. Кругов. – М. : Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, 2016. – 96 с.
21. Ланина, Т. М. PR-коммуникация в современном информационном обществе / Т.М. Ланина. – СПб : Питер, 2014. – 260 с.
22. Максимов, С. Н. Основы предпринимательской деятельности на рынке недвижимости / С. Н. Максимов. – СПб. : Питер, 2015. – 196 с.
23. Михайлов, Е. А. Стратегический менеджмент и стратегический маркетинг : проблемы взаимосвязи и взаимопроникновения / Е. А. Михайлов. – Москва : Издательство «Ранок», маркетинг в России и за рубежом. – 2010. № 2. – 115 с.
24. Сафранов, В. А. Связи с общественностью как социальная инженерия / В. А. Сафранов, В. А. Ачкасова, Л. В. Володина. – Спб. : Речь, 2009. – 196 с.
25. Синяева, И. М. Сфера PR в маркетинге : уч. пособие для студентов вузов / И. М. Синяева, В. М. Маслова, В. В. Синяев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 384 с.
26. Толкачев, А. Н. Правовое регулирование маркетинговой деятельности : учеб. пособие / А. Н. Толкачев. – Мн. : Выш. шк. – 2014. – 373 с.
27. Чалова, А. А. Исследование методических подходов к оценке эффективности PR-деятельности хозяйствующих субъектов / А. А. Чалова, Л. В. Коптелова. – Белгород : Департамент исполн. наказаний М-ва внутр. Дел Российской Федерации, 2016. – 305 с. – (Приложение к научно-практическому и информационному бюллетню «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права» ; № 4.)
28. Чумиков, А. Н. Государственный PR : связи с общественностью для государственных организаций и проектов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Инфра-М, 2012. – 205 с.
29. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью : учеб.-метод. пособие / А. Н. Чумиков. – М. : 2012. – 280 с.
30. Фестингер, Л. Теория когнитивного диссонанса : пер. с англ. / Л. Фестингер. – СПб. : Ювента, 2012. – 318 с.
31. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. И 17 окт. 2004 г. – Минск : нац. центр правовой

информ. Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 16.04.2013.

32. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 18.04.2013.

33. Гражданский кодекс Республики Беларусь. – Минск : нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218>. – Дата доступа: 11.11.2018.

34. О некоторых вопросах выставочной и ярмарочной деятельности : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 апр. 2014 г., № 384 – Минск нац. центр правовой информ. Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21200384. – Дата доступа: 15.11.2018.

35. Тарелко, В. В. Расчет экономической эффективности маркетинговой политики предприятия [Электронный ресурс]. – В. В. Тарелко. – 3 изд. 2016. – Минск : Содействие, 2016.

36. Научная электронная библиотека БГУ : Выставочная коммуникация в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15002366>. – Дата доступа: 12.11.2018.

37. Союз организаторов выставок и ярмарок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.exrounion.by/ru>. – Дата доступа: 15.11.2017.

38. Сайт официального государственного туроператора «ЦЕНТРКУРОРТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.otpusk.by>. – Дата доступа: 20.11.2017.

39. Официальный туристический портал Беларуси : Национальное агентство по туризму. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarustourism.by>. – Дата доступа: 07.11.2017.

40. Проект кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ : Исследование PR в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/beloruskiy-rynok-nasytilsya-prspetsialistami-rezultaty-issledovaniya-instituta-zhurnalistiki-bgu>. – Дата доступа: 09.11.2017.

41. Официальный веб-сайт Национальной статистической службы Украины : Министерство экономического развития и торговли Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ.htm>. – Дата доступа: 15.04.2019.

42. Основные показатели работы коллективных средств размещения : Официальный веб-сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/godovye-dannye/osnovnye-pokazateli-raboty-sredstv-razmeshcheniya>. – Дата доступа: 15.04.2019.

43. Официальный веб-сайт выставки UITT Украина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.uitt-kiev.com/www_uitt/files/b8/b8cbe29e-6a7f-4e21-bc5c-ef3a279b4788.pdf. – Дата доступа: 15.04.2019.

44. Положение о бизнес-плане развития РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» на 2015-2020 год [Электронный ресурс] : утв. Постановлением Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ» , 30 декабря 2014 г. – Минск, 2014.

45. Рекламный бюджет : бюджет по рекламе на медианосителях в городах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : утв. постановлением Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ» , 5 января 2018 г. – Минск, 2018.

46. Годовой отчет о расходах на Интернет-рекламу и проведенных онлайн-мероприятиях [Электронный ресурс] : утв. Постановлением Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ» , 30 марта 2019 г. – Минск, 2019.

47. Основание и развитие предприятия РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» : История РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» [Электронный ресурс] : утв. постановлением Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ», посл. ред. 2018 г. – Минск, 2018.

48. Статистический сборник государственного статистического комитета: Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 18.04.2013.

49. Об утверждении Устав о дисциплине работников РУП «ЦЕНТРКУРОРТ», : постановление Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ» , посл. ред. 18 нояб. 2017 г., №199 // Собр. постановлений Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ», Минск, 2017.

50. Неделя белорусского PR на факультете журналистики БГУ : Министерство Информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/news/all/nedelya-belorusskogo-pr-na-fakultete-zhurnalistiki-bgu>. – Дата доступа: 18.03.2019.

51. Структура управления РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» на 2019 год [Электронный ресурс] : утв. постановлением Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ», посл. ред. 2018 г. – Минск, 2019.

52. Маркетинговая характеристика предприятия РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» : История РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» [Электронный ресурс] : утв. постановлением Республиканского унитарного предприятия «ЦЕНТРКУРОРТ», посл. ред. 2018 г. – Минск, 2018.

53. Руководство компании и сотрудники предприятия : Официальный вебсайт государственного туристического оператора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.otpusk.by/o-kompanii/rukovodstvo-kompanii>. – Дата доступа: 18.03.2019.

54. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь : Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru>. – Дата доступа: 23.03.2019.

55. Официальный выставочный аудит России и стран СНГ : Калькулятор расчета эффективного участия в выставке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.auditexpo.ru/eksponentam/kalkulyator-rascheta>. – Дата доступа: 19.03.2019.

56. Контент-анализ как экспертиза в сфере новых коммуникаций : Nikolaev Consulting Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.enikolaev.ru/rus/monitoring_smi/content_analyz. – Дата доступа: 29.04.2019.

57. Маркетинговые услуги : Экспертное интервью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://concol.ru/marketing/otherservices/expert_interview. – Дата доступа: 02.05.2019.