

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

ЧЖАО
Сюйцзе

**Традиционные ценности китайской культуры в продвижении
китайских товаров на международном рынке**

Магистерская диссертация
специальность 1 23 80 11 Коммуникации

Научный консультант
кандидат искусствоведения
проф. Л.Д.Синькова

Допущена к защите
«___» _____ 2020 г.
Зав. кафедрой
старший преподаватель
Д.Н. Гиргель

Минск, 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Ключевые слова: ТРАДИЦИЯ, ЦЕННОСТИ, РЕКЛАМА, ТОРГОВЛЯ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА, КИТАЙСКАЯ СИМВОЛИКА, СОЗДАНИЕ БРЕНДА, ПРОДВИЖЕНИЕ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ.

Цель работы – комплексное исследование роли традиционных ценностей китайской культуры в продвижении китайских товаров на международном рынке, выявление взаимосвязей между торговой маркой, брендом и легендой бренда на примере чайного рынка.

Актуальность данного исследования обусловлена высокой значимостью традиционных ценностей китайской культуры в продвижении китайских товаров на международном рынке, а также недостаточной разработанностью ряда вопросов, касающихся развития китайских брендов на международном рынке.

Объектом исследования являются традиционные ценности китайской культуры, влияющие на продвижение китайских товаров на международном рынке; перспективы развития рынка китайских товаров и продвижения их на международной арене.

Методы исследования: совокупность общенаучных и частно-научных методов исследования: исторический, методы моделирования и прогнозирования, а также логико-формальный метод в сочетании с комплексным и системным анализом исследуемых проблем.

Полученные результаты и их новизна. В данной работе было проведено комплексное исследование значимости традиционных ценностей китайской культуры в продвижении китайских товаров на международном рынке, выявлены взаимосвязи между конкретными брендами определенных марок китайского чая и легендами этих брендов как основы для межкультурной коммуникации.

Структура магистерской диссертации: работа изложена на 70 страницах, состоит из разделов «Введение», «Общая характеристика работы», двух глав, разделов «Заключение» и «Список использованных источников» из 51 наименований.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА РАБОТЫ

Ключавыя словы: ТРАДЫЦЫЯ, КАШТОЎНАСЦІ, ГАНДАЛЬ, МІЖНАРОДНЫ РЫНАК, ПЕРСПЕКТЫВЫ РАЗВІЦЦЯ РЫНКУ, КІТАЙСКАЯ СІМВОЛІКА, СТВАРЭННЕ БРЭНДА, ПРАСОЎВАННЕ КІТАЙСКАЙ КУЛЬТУРЫ.

Мэта работы – комплекснае даследаванне традыцыйных каштоўнасцяў кітайскай культуры ў прасоўванні кітайскіх тавараў на міжнародным рынку, выяўленне ўзаемасувязяў паміж гандлёвай маркай, брэндам і легендай брэнда на прыкладзе чайнага рынку.

Актуальнасць дадзенага даследавання абумоўлена высокай значнасцю традыцыйных каштоўнасцяў кітайскай культуры ў прасоўванні кітайскіх тавараў на міжнародным рынку, а таксама недастатковай распрацаванасцю шэрагу пытанняў, якія тычацца развіцця кітайскіх брэндаў на міжнародным рынку.

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца традыцыйныя каштоўнасці кітайскай культуры, якія ўплываюць на прасоўванне кітайскіх тавараў на міжнародным рынку; перспектывы развіцця рынку кітайскіх тавараў і прасоўвання іх на міжнароднай арэне.

Метады даследавання: сукупнасць агульнанавуковых і прыватна-навуковых метадаў даследавання: гістарычны, метады мадэлявання і прагназавання, а таксама логіка-фармальны метады тлумачэння права ў спалучэнні з комплексным і сістэмным аналізам доследных праблем.

Атрыманя вынікі іх навізна. У дадзенай працы было праведзена комплекснае даследаванне значнасці традыцыйных каштоўнасцяў кітайскай культуры ў прасоўванні кітайскіх тавараў на міжнародным рынку, вызначаны ўзаемасувязі паміж канкрэтнымі брэндамі пэўных марак кітайскага чаю і легендамі гэтых брэндаў як асновы для міжкультурнай камунікацыі.

Структура магістарскай дысертацыі: работа выкладзена на 70 старонках, складаецца з раздзелаў «Уводзіны», «Агульная характарыстыка работы», дзвюх глаў, раздзелаў «Заклучэнне» і «Спіс выкарыстаных крыніц» з 51 адзінак.

SUMMARY

Keywords: TRADITION, VALUES, ADVERTISING, TRADE, INTERNATIONAL MARKET, MARKET DEVELOPMENT PROSPECTS, CHINESE SYMBOLS, BRAND CREATION, PROMOTION OF CHINESE CULTURE.

The Purpose of this research is a comprehensive research of traditional values of Chinese culture in the promotion of Chinese goods on the international market, development and analysis of promising ways to develop and use the experience of promoting Chinese goods in the Republic of Belarus.

The Topicality of this research is due to the high significance of traditional values of Chinese culture in the promotion of Chinese goods on the international market, as well as the lack of development of a number of issues related to the development of Chinese brands on the international market.

The Object of the research are the traditional values of Chinese culture that affect the promotion of Chinese goods in the international market; prospects for the development of the market of Chinese goods and their promotion in the international arena.

The Methods: a set of general scientific and private scientific research methods: historical, modeling and forecasting methods, as well as logical and formal methods of law interpretation in combination with a comprehensive and systematic analysis of the problems under study.

The Results Obtained and their Novelty. In this work, a comprehensive study of the significance of traditional values of Chinese culture in the promotion of Chinese goods on the international market was conducted, and promising ways of developing the market of Chinese goods and promoting them on the market were developed and analyzed.

The Structure of the thesis. The work is presented on 70 pages, consists of sections «Introduction», «General characteristics of the work», two chapters, sections «Conclusion» and «List of used sources» of 51 titles.