

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЛЮ

Юймэн

КОММУНИКАЦИЯ БРЕНДОВ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ В

БЕЛАРУСИ: МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Магистерская диссертация

специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель

Колик Алексей

Валентинович,

старший преподаватель

Допущена к защите

« ____ » ____ 20__ г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с
общественностью

Ю. Н. Лукьянюк,

кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДОВО	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
1.1 Бренд: определение, значение, основные функции в деятельности организации	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Бренд как предмет исследований в современной коммуникативистике	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2 ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
2.1 История экономического сотрудничества между Китаем и Республикой Беларусь. Причины расширения сотрудничества между странами.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Характеристика китайских компаний, представленных на белорусском рынке. Цели и задачи их деятельности	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Основные коммуникационные проблемы китайских брендов в Беларуси.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3 МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ В БЕЛАРУСИ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
3.1 Коммуникационные стратегии китайских брендов в Беларуси	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Коммуникация компании Huawei в Беларуси: методы и технологии	Ошибка! Закладка не определена.
3.3 Рекомендации по повышению эффективности коммуникации китайских брендов в Республике Беларусь..	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
ПРИЛОЖЕНИЯ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Ключевые слова: КОММУНИКАЦИЯ, БРЕНД, КИТАЙ, КОМПАНИЯ, МЕТОД, ТЕХНОЛОГИЯ, АНАЛИЗ, ОЦЕНКА, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Целью исследования является исследование методов и технологий коммуникации брендов китайских компаний в Беларуси.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить теоретико-методологические основы исследования коммуникации брендов;
- охарактеризовать историю экономического сотрудничества между Китаем и Республикой Беларусь;
- исследовать китайские компании, представленные на белорусском рынке;
- проанализировать методы и технологии коммуникации ведущих китайских брендов на белорусском рынке;
- сформулировать рекомендации по повышению эффективности коммуникации китайских брендов в Республике Беларусь.

Объектом нашего исследования является коммуникация брендов китайских компаний.

Предмет исследования – методы и технологии коммуникации брендов китайских компаний в Беларуси.

Научная новизна магистерской диссертации заключается в формулировании и обосновании основных положений и результатов исследования, основанных на изучении методов и технологий коммуникации китайских брендов в Беларуси. Впервые в отечественной науке исследованы методы и технологии коммуникации китайских брендов в Республике Беларусь.

Магистерская диссертация выполнена на 74 страницах и состоит из перечня условных обозначений, общей характеристики, введения, трех глав, включающих семь разделов, заключения и списка использованных источников, состоящего из 78 наименований.

GENERAL CHARACTERISTICS OF THE WORK

Key keywords: COMMUNICATION, BRAND, CHINA, COMPANY, METHOD, TECHNOLOGY, ANALYSIS, EVALUATION, MASS MEDIA

The purpose of the study is study methods and technologies of communication of brands of Chinese companies in Belarus.

To achieve this goal, it is necessary to solve the following tasks:

- to study the theoretical and methodological foundations of brand communication research;
- describe the history of economic cooperation between China and the Republic of Belarus;
- research Chinese companies represented on the Belarusian market;
- to analyze the methods and technologies of communication of the leading Chinese brands in the Belarusian market;
- to formulate recommendations for improving the effectiveness of communication of Chinese brands in the Republic of Belarus.

The object of our research is the communication of brands of Chinese companies.

The subject of the research is methods and technologies of communication of brands of Chinese companies in Belarus.

The scientific novelty of the master's thesis consists in the formulation and justification of the main provisions and results of the research based on the study of methods and technologies of communication of Chinese brands in Belarus. For the first time in Russian science, the methods and technologies of communication of Chinese brands in the Republic of Belarus have been studied.

The master's thesis is made on 74 pages and consists of a list of symbols, general characteristics, introduction, three chapters, including seven sections, conclusion and a list of sources used, consisting of 78 titles.