

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ХАНЬ

И

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ КИТАЙСКИХ
ТОВАРОВ / УСЛУГ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ:
ОСОБЕННОСТИ, ТЕНДЕНЦИИ**

Магистерская диссертация

1-23 80 11 *Коммуникации*

Научный руководитель:

Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент

Допущена к защите

«___» _____ 2021 г.

Зав. кафедрой

технологий коммуникации и связей с общественностью

_____ Лукьянюк Юлия Николаевна,

кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	Error! Bookmark not defined.
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	6
ГЛАВА 1 ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ.....	8
1.1 Сущность и особенность позиционирования международной организации ..	8
1.2 Процесс международной стратегии позиционирования международной компании «на белорусском рынке	17
ГЛАВА 2 СТРАТЕГИИ КРЕАТИВНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ «CITICGROUP» НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ И МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «CITICGROUP»)	Error! Bookmark not defined.

2.1 Анализ маркетинговой среды в Республике Беларусь	Error! Bookmark not defined.
2.2 История развития бренда «CiticGroup».....	53
2.3 PR-стратегия компании «CiticGroup» в Республике Беларусь	Error! Bookmark not defined.
2.4 Эффективность продвижения компания «CiticGroup» в белорусском медиапространстве	Error! Bookmark not defined.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Error! Bookmark not defined.2
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Error! Bookmark not defined.5

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

КРЕАТИВНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ, КРЕАТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СТРАТЕГИИ КРЕАТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.

Объект исследования – позиционирование китайских товаров / услуг на белорусском рынке.

Предмет исследования – особенности позиционирования китайских предложений / услуг на примере компании «CiticGroup».

Цель работы – проведение комплексного анализа стратегий позиционирования организаций на белорусском рынке (на примере компании «CiticGroup»).

В работе применялись системный и структурно-функциональный подходы, использовались общенаучные методы – типологизации, обобщения, статистический, описательный, сравнительный метод, метод анализа специализированной литературы, а также специальный метод экспертного интервью.

Полученные результаты: определены теоретические аспекты позиционирования организации, а также рассмотрены технологии и методы, используемые позиционирования китайской организации на белорусском рынке, проведён анализ опыта использования интерактивной коммуникации как инструмента в продвижении и позиционирования организации, рассмотрены стратегии, тенденции и особенности позиционирования компании «CiticGroup».

Научная новизна работы заключается в систематизации знаний по реализации стратегий позиционирования китайских товаров / услуг на белорусском рынке.

Практическая значимость работы и полученные результаты исследования могут использоваться в работе PR и рекламных специалистов в создании стратегий позиционирования.

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

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

CREATIVE PROMOTION AND POSITIONING OF THE ORGANIZATION, CREATIVE COMMUNICATION, STRATEGIES FOR CREATIVE PROMOTION AND POSITIONING OF THE ORGANIZATION.

The object of the research is the promotion and positioning of organizations in the Belarusian market.

The subject of the research is the strategies of creative promotion and positioning on the example of the company «CiticGroup».

The purpose of the work is to conduct a comprehensive analysis of the strategies of creative promotion and positioning of organizations in the Belarusian market (on the example of the company «CiticGroup»).

The work used systematic and structural-functional approaches, used general scientific methods of analysis, typologization, generalization, statistical, descriptive, comparative research methods, analyzed specialized literature and conducted expert interviews.

The results obtained: the theoretical aspects of the creative promotion and positioning of the organization are determined, as well as the technologies and methods used to promote and position the organization in the Belarusian market are considered, the experience of using interactive communication as a tool in the promotion and positioning of the organization is analyzed, the strategies of creative promotion and positioning of the company «CiticGroup» are considered.

The scientific novelty of the work lies in the systematization of knowledge on the implementation of strategies for creative promotion and positioning of organizations in the Belarusian market.

The practical significance of the work and the results of the research can be used in the work of PR and advertising specialists in creating strategies for creative promotion and positioning.

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