

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА»**

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА**

**Аннотация к дипломной работе**

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

**АСТАШКО Роман Александрович**

**Руководитель  
Хмель Сергей Александрович,  
старший преподаватель**

**Минск, 2021**

Дипломная работа: 66 с., 11 табл., 46 источников, 3 прил.

## PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЦИФРОВОЙ-PR, PR-ТЕХНОЛОГИИ, PR-КАМПАНИЯ, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ.

Цель данной работы: на основе анализа применения PR-технологий в компании ООО «Фанежа» разработать способы повышения его эффективности.

В соответствии с поставленной целью можно выделить следующие задачи:

1. Исследовать развитие концепции Public Relations;
2. Рассмотреть специфику современных PR-технологий и способы оценки их эффективности;
3. Оценить зарубежный опыт в применении PR-технологий;
4. Проанализировать основные направления PR-деятельности и оценить эффективность применения PR-технологий в ООО «Фанежа». Объект исследования: конкурентоспособность туристического продукта.

Предмет исследования: применение и оценка эффективности современных PR-технологий в международном маркетинге.

Методы исследования: анализ научной и специальной литературы, а также наблюдение, контент-анализ документов и анализ продуктов деятельности.

Область возможного применения: практически в повышении эффективности применения PR-технологий на международном рынке.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 66 p., 11 tables, 46 sources, 3 appendices.

PR-ACTIVITY, DIGITAL-PR, PR-TECHNOLOGIES, PR-CAMPAIGN,  
METHODS OF EVALUATION OF PR-TECHNOLOGIES APPLICATION IN  
INTERNATIONAL MARKETING.

The aim of the thesis: based on the analysis of the use of PR-technologies in the company «Faneja» to develop ways to improve its effectiveness.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. Explore the development of the concept of Public Relations;
2. Consider the specifics of modern PR-technologies and how to evaluate their effectiveness;
3. Evaluate foreign experience in the use of PR technologies;
4. Analyze the main directions of PR-activities and evaluate the effectiveness of application of PR-technologies in «Fanezha» LLC. The object of the study: the competitiveness of the tourist product.

Subject of study: application and evaluation of the effectiveness of modern PR-technologies in international marketing.

Methods: analysis of scientific and specialized literature, as well as observation, content analysis of documents and analysis of activity products.

Realm of the possible practical applications: practically in increasing the effectiveness of the use of PR-technologies in the international market.

Author of work confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from the literature and other sources are accompanied by references to their authors.