

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

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА**

**Аннотация к дипломной работе**

**Разработка проекта PR-мероприятий и оценка их эффективности**

**КОСПИРОВИЧ Егор Геннадьевич**

Руководитель  
Хмель Сергей Александрович,  
старший преподаватель

Минск, 2021

Дипломная работа: 54 с., 4 рисунка, 5 таблиц, 36 источников, 5 приложений.

## **PR-МЕРОПРИЯТИЯ, РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА PR-МЕРОПРИЯТИЯ, МЕЖДУНАРОДНАЯ КОМПАНИЯ, ФРАНШИЗЫ, ПРОДВИЖЕНИЕ, КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ**

**Цель дипломной работы:** исследование и разработка PR-мероприятий организаций для выхода на внешние рынки, а также пути повышения их результативности.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- Исследовать генезис, сущность и содержание PR-продвижения.
- Рассмотреть содержание концепции PR-продвижения.
- Исследовать современные способы PR-продвижения на предприятии.
- Разработать PR-мероприятия для компании ООО «Неосистема» и оценить их эффективность.

**Объект исследования:** PR-стратегии компании.

**Предмет исследования:** особенности разработки PR-стратегии компании на рынке производства индукционного оборудования.

**Методы исследования:** теоретические: анализ экономической, маркетинговой литературы по проблеме исследования. Эмпирические: наблюдения, SWOT анализ.

**Исследования и разработки:** на основе изучения теоретических вопросов концепции маркетинга взаимоотношений, определены сущность, структура, процесс разработки PR-мероприятий, критерии оценки эффективности PR-мероприятий, проведен анализ существующей PR-деятельности ООО «Неосистема».

**Область возможного применения:** ООО «Неосистема» и аналогичные предприятия.

**Техническо-экономическая, социальная значимость:** разработанные PR-мероприятия повысят положительный имидж компании, позволит увеличить поток новых покупателей, позволяя расширить географию работы предприятия, а также повысить эффективность ресурсов.

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.

Diploma: 54 pages, figures 4, table 5, 36 sources, 5 annexes.

## PR-EVENTS, PROJECT DEVELOPMENT PR-EVENTS, INTERNATIONAL COMPANY, FRANCHISES, PROMOTION, CUSTOMER FOCUS

The purpose of the thesis: research and development of PR activities of organizations for entering foreign markets, as well as ways to improve their effectiveness.

As part of achieving this goal, the author set the following tasks:

- Explore the genesis, essence and content of PR-promotion.
- Consider the content of the concept of PR-promotion.
- Explore modern ways of PR-promotion at the enterprise.
- Develop PR-events for the company «Neosystema» and evaluate their effectiveness.

Object of research: PR strategy of company.

Subject of the research: features of the development of the company's PR-strategy in the market for the production of induction equipment.

Research methods: systematic approach and general scientific methods of cognition: comparison, generalization, economic analysis, synthesis and observation.

Research and development: Based on the study of theoretical issues of the relationship marketing concept, the essence, structure, process of developing PR-events, criteria for evaluating the effectiveness of PR-events are determined, an analysis of the existing PR-activities of «Neosystema» LLC is carried out.

Possible application: LLC «Neosystem» and similar enterprises.

Technical, economic, social significance: the developed PR-events will increase the positive image of the company, will increase the flow of new customers, allowing to expand the geography of the enterprise, as well as increase the efficiency of resources.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by links to their authors.

Дыпломная праца: 54 с., 4 малюнка, 5 табліц, 36 крыніц, 5 прыкладанняў  
PR-МЕРАПРЫЕМСТВЫ, РАСПРАЦОЎКА ПРАЕКТА PR-  
МЕРАПРЫЕМСТВЫ, МІЖНАРОДНАЯ КАМПАНІЯ, ФРАНШЫЗЫ,  
ПРАСОЎВАННЕ, КЛІЕНТААРЫЕНТАВАНАСЦЬ

Мэта дыпломнай працы: даследаванне і распрацоўка PR-мерапрыемстваў арганізацый для выхаду на знешнія рынкі, а таксама шляхі павышэння іх выніковасці.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- Даследаваць генезіс, сутнасць і змест PR-прасоўвання.
- Разгледзець змест канцэпцыі PR-прасоўвання.
- Даследаваць сучасныя спосабы PR-прасоўвання на прадпрыемстве.
- Распрацаваць PR-мерапрыемствы для кампаніі ТАА «Неосистема» і ацаніць іх эфектыўнасць.

Аб'ект даследавання: PR-стратэгіі кампаніі..

Прадмет даследавання: асаблівасці распрацоўкі PR-стратэгіі кампаніі на рынку вытворчасці індукцыйнага абсталявання.

Метады даследавання: сістэмны падыход і агульнанавуковыя метады пазнання: параўнанне, абагульненне, эканамічны аналіз, сінтэз і назіранне.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў канцэпцыі маркетынгу узаемаадносін, вызначаны сутнасць, структура, працэс распрацоўкі PR-мерапрыемстваў, крытэрыі ацэнкі эфектыўнасці PR-мерапрыемстваў, праведзены аналіз існуючай PR-дзейнасці ТАА «Неосистема».

Вобласць магчымага прымянення: ТАА «Неосистема» і аналагічныя прадпрыемствы.

Тэхнічна-эканамічная, сацыяльная значнасць: распрацаваныя PR-мерапрыемствы падвысяць станоўчы імідж кампаніі, дазволіць павялічыць паток новых пакупнікоў, дазваляючы пашырыць геаграфію працы прадпрыемства, а таксама павысіць эфектыўнасць рэсурсаў.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.