

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК  
Кафедра социальной коммуникации

ШУК Мария Петровна

**ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
В ПРОДВИЖЕНИИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:  
Терещенко Ольга Викентовна  
кандидат социологических наук,  
доцент

Минск, 2021

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – инструменты маркетинговых коммуникаций, используемые для продвижения молочной продукции. Предмет исследования дипломной работы – особенности применения инструментов маркетинговых коммуникаций для продвижения молочной продукции. Цель дипломной работы – проанализировать особенности использования инструментов маркетинговых коммуникаций для продвижения молочной продукции. Методологическую основу дипломной работы составили методы интервью и семантического дифференциала.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: описаны понятия «интегрированные маркетинговые коммуникации», «маркетинг продуктов питания», «продвижение»; произведён обзор традиционных и нетрадиционных инструментов маркетинговых коммуникаций, применяемых в продвижении молочной продукции; описаны особенности рынка молочной продукции; выявлены особенности продвижения молочной продукции; произведён анализ восприятия рекламы йогуртов, представленных на белорусском рынке, методом семантического дифференциала.

Новизна полученных результатов заключается в систематическом изложении релевантных и актуальных методов продвижения молочной продукции, подкреплённых данными собственного исследования. Материалы дипломной работы могут найти своё применение как в учебном процессе, так и в практической деятельности специалистов, занимающихся продвижением молочной продукции на белорусском рынке продуктов питания.

*Ключевые слова: маркетинг продуктов питания, инструменты маркетинговых коммуникаций, продвижение молочной продукции, особенности продвижения молочной продукции, реклама йогуртов, восприятие рекламы, семантический дифференциал.*