

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

ЧЭНЬ ЧЖАНЬВЭЙ

**ПРОДВИЖЕНИЕ НА РЫНОК ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ
С ПОМОЩЬЮ СЕРВИСА ВИДЕООБМЕНА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
TIKTOK**

**Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ**

специальность 1-23 80 11 «Коммуникации»

Научный руководитель:
Ганский Владимир Александрович
кандидат исторических наук,
доцент

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Цель работы – изучение продвижения на рынок высокотехнологичной промышленной продукции с использованием сервиса обмена видео в социальных сетях «ТикТок», а также разработка научно-практических рекомендаций в области совершенствования ключевых параметров маркетингового продвижения товаров и услуг в этой социальной сети.

Объектом исследования являются социальные отношения, возникающие в сфере продвижения на рынок высокотехнологичной промышленной продукции.

Предметом исследования являются инструменты и механизм продвижения на рынок высокотехнологичной промышленной продукции с использованием сервиса обмена видео в социальных сетях «ТикТок».

Методологической основой исследования явился диалектический метод познания. При решении поставленных задач использовались также общенаучные и специальные методы научного исследования: анализ, синтез, логический, сравнительно-правовой, исторический, системно-структурный, конкретно-социологический, статистический и др.

В процессе подготовки магистерской диссертации были получены следующие результаты:

- определено место интернет-технологий в системе современных маркетинговых коммуникаций;
- рассмотрена практика использования социальных сетей как инструмента продвижения товаров и услуг на рынок;
- выявлены особенности медиамаркетинга высокотехнологичной продукции;
- проведен анализ мирового рынка медиамаркетинга;
- рассмотрено актуальное состояние виртуального рынка высокотехнологичной продукции;
- изучено состояние товарного маркетинга в «ТикТок»;
- разработаны предложения по совершенствованию инструментов и механизмов продвижения на рынок высокотехнологичной промышленной продукции с использованием сервиса «ТикТок».

Новизна полученных результатов обусловлена малоизученностью особенностей использования сервиса «ТикТок» для целей маркетинга и маркетинговых коммуникаций. Полученные результаты обладают значительными возможностями теоретического и практического применения. Материалы магистерской диссертации могут применяться в учебном процессе, в исследованиях, а также при разработке мер совершенствования интернет-коммуникации и медиамаркетинга различных товаропроизводителей.

Результаты магистерской диссертации были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных исследований.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, интернет-технологии, социальные сети, высокотехнологичные продукты, виртуальный рынок, стратегия продвижения, «ТикТок».