

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

БАБКІНА Яўгенія Вячаславаўна

**СТРАТЭГІІ МАРКЕТЫНГАВЫХ КАМУНІКАЦЫЙ
АЎТАМАБІЛЬНАГА БРЭНДА
(на прыкладзе аўтамабільнага брэнда Geely)**

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
старшы выкладчык
Д.С.Краскоўская

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Аб'ём дыпломнай працы складае 45 старонак і ўключае 16 выяваў, 1 табліцу, 1 дадатак і 28 выкарыстаных крыніц.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, Стратэгія, РЭКЛАМНЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, РЭКЛАМА, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, АЎТАМАБІЛЬНЫ БРЭНД, АЎТАМАБІЛЬ, ВОРУЖНАЯ РЭК.

Аб'ект дыпломнай працы - маркетынжавыя камунікацыі легкавых аўтамабіляў.

Прадмет дыпломнай работы - стратэгіі маркетынжавых камунікацый аўтамабільных брэндаў на аўтарынку Рэспублікі Беларусь у г.Мінск.

Мэта дыпломнай працы - на падставе вывучэння рэкламнай дзейнасці Geely выявіць стратэгіі маркетынжавых камунікацый аўтамабільных брэндаў.

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады (аналіз і сінтэз, назіранне, параўнанне, метады індукцыі і дэдукцыі), а таксама спецыяльныя метады даследавання (кантэнт-аналіз).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжаны паняцці маркетынгавай і рэкламнай камунікацыі, вызначаны ключавыя паказчыкі, якія ўплываюць на выбар пакупніка аўтамабіляў, прапанаваны вызначэнні тэрмінаў: аўто брэнд, мадэльны брэнд, аўто карпарацыя, што дазволіла сістэматызаваць тэрміналогію, прыведзены прынцыпы распрацоўкі сістэмы маркетынжавых камунікацый аўтамабільных карпарацый, праведзены візуальны аналіз рэкламнай камунікацыі аўта брэндаў Geely у параўнанні з Renault, прааналізаваны дэманстраваныя прыёмы рэкламнай камунікацыі легкавых аўтамабіляў.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю дадзеных даследаванняў адносна стратэгіі маркетынжавых камунікацый аўтамабільных брэндаў на рынку і ўплыву гэтых стратэгіяў на паспяховую камунікацыю брэнда і пакупніка ў цэлым.

Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай работы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама спецыялістамі па рэкламе пры стварэнні больш рэкламных вобразаў, якія больш эфектыўна ўспрымаюцца.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.