

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА
Аннотация к дипломной работе

**ВЫСТАВКИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА
НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ**

МЕСЯЧИК Андрей Сергеевич

Руководитель
Домакур Ольга Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2024

Дипломная работа: 84 с., 21 рис., 17 табл., 65 источников, 2 прил.

ВЫСТАВКИ, ЯРМАРКИ, ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭТАПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСТАВКИ, ЭКСПОРТ, МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО.

Целью исследования является разработка и обоснование предложений по повышению результативности участия ЧП «Барвел» в международных выставках.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Определить сущность продвижения, основные инструменты и специфику продвижения на внешних рынках.
2. Определить сущность, основные цели и виды выставок.
3. Привести основные показатели результативности участия предприятия в выставке.
4. Проанализировать основные нормативные правовые документы, регулирующие продвижение в Республике Беларусь.
5. Провести анализ результативности участия ЧТУП «Барвел» в выставке и разработать предложения по повышению результативности.

Объект исследования: продвижение продукта на рынок.

Предмет исследования: результаты участия ЧП «Барвел» в международной выставке.

Основной методологического принципа исследования явились наблюдение, системно-структурный подход и приемы статистического анализа, мониторинг, описательно-сопоставительный метод, метод качественного и количественного анализа данных.

Область возможного применения: практически в международной выставочной деятельности ЧТУП «Барвел».

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 84 с., 21 рыс., 17 табл., 65 крыніц, 2 дадатка.

ВЫСТАВЫ, КІРМАШЫ, ВЫСТАВАЧНА-КІРМАШОВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ЭТАПЫ АРГАНІЗАЦЫІ ВЫСТАВЫ, ЭКСПАРТ, МІЖНАРОДНАЕ СУПРАЦОЎНІЦТВА..

Мэтай даследавання з'яўляецца распрацоўка і абгрунтаванне прапанов па павышэнні рэзультатыўнасці ўдзелу ПП «Барвел» у міжнародных выставах.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы: В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Вызначыць сутнасць прасоўвання, асноўныя інструменты і спецыфіку прасоўвання на знешніх рынках.
2. Вызначыць сутнасць, асноўныя мэты і віды выстаў.
3. Прадставіць асноўныя паказчыкі выніковасці ўдзелу прадпрыемства ў выставе.
4. Правесці аналіз асноўных нарматыўных прававых дакументаў, якія рэгулююць прасоўванне ў Рэспубліцы Беларусь.
5. Правесці аналіз выніковасці ўдзелу ПП «Барвел» у выставе і распрацаваць прапановы па павышэнні выніковасці.

Аб'ект даследавання: прасоўванне прадукта на рынак.

Прадмет даследавання: : вынікі ўдзелу ПП «Барвел» у міжнароднай выставе.

Асноўныя метадалагічныя прынцыпы даследавання ўключалі назіранне, сістэмна-структурны падыход і метады статыстычнага аналізу, маніторынг, апісальна-параўнальны метады, метады якаснага і колькаснага аналізу дадзеных.

Галіна магчымага прымянення: практычнае выкарыстанне ў міжнароднай выставачай дзейнасці ПП «Барвел».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследаванага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 84 p., Figures 21, Table 17, 65 sources, 2 app.

EXHIBITIONS, FAIRS, EXHIBITION-FAIR ACTIVITIES, STAGES OF EXHIBITION ORGANIZATION, EXPORT, INTERNATIONAL COOPERATION.

The aim of the research is development and substantiation of proposals to improve the effectiveness of participation of private enterprise "Barvel" in international exhibitions.

To achieve this goal, the author set the following tasks:

1. Define the essence of promotion, the main tools, and specifics of promotion in foreign markets.
2. Define the essence, main goals, and types of exhibitions.
3. Present the main indicators of the effectiveness of the company's participation in the exhibition.
4. Analyze the main regulatory legal documents governing promotion in the Republic of Belarus.
5. Analyze the effectiveness of the participation of the private company "Barvel" in the exhibition and develop proposals to improve effectiveness.

Object of the research: product promotion to the market.

Subject of the research: results of participation of private enterprise "Barvel" in the international exhibition.

The main methodological principles of the research included observation, a systemic-structural approach, statistical analysis methods, monitoring, a descriptive-comparative method, and methods of qualitative and quantitative data analysis.

Area of possible application: practical use in the international exhibition activities of the private company "Barvel".

The author of the work confirms that the calculation-analytical material presented in the diploma work correctly and objectively reflects the state of the studied process, and all borrowed theoretical, methodological, and methodological positions and concepts from literary and other sources are accompanied by references to their authors.