

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
«SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY»**

CHAIR OF MARKETING

Thesis paper summary

**ORGANIZATION OF ADVERTISING ACTIVITIES OF THE
ENTERPRISE IN THE FOREIGN MARKET**

SAMUS Maryia Dzianisauna

Scientific supervisor

**Lesnichenko-Rogovskaya Maria Vladimirovna
candidate of pedagogical sciences, associate professor**

Minsk, 2025

Дипломная работа: 77 с., 11 рис., 16 табл., 55 источников, 2 прилож.

ВНЕШНИЙ РЫНОК, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ, РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ, ЭКСПОРТНЫЕ УСЛУГИ, МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ, БРЕНДИНГ, КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Цель исследования: разработать предложения по совершенствованию организации рекламной деятельности государственного предприятия «БелЭкспо» на внешнем рынке.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. изучить теоретические основы организации рекламной деятельности предприятия на внешнем рынке;
2. изучить показатели эффективности рекламной деятельности;
3. ознакомиться с нормативно-правовыми документами, регулирующими рекламную деятельность в Республике Беларусь;
4. проанализировать организацию рекламной деятельности ГП «БелЭкспо» на внешнем рынке;
5. оценить эффективность организации рекламной деятельности ГП «БелЭкспо» на внешнем рынке;
6. предложить практические рекомендации по улучшению рекламной деятельности предприятия на внешнем рынке.

Объект исследования: процесс организации и реализации рекламной деятельности государственного предприятия «БелЭкспо» на внешнем рынке.

Предмет исследования: методы, формы и инструменты рекламной деятельности, используемые государственным предприятием «БелЭкспо» для продвижения своих услуг на зарубежном рынке.

Методы исследования: индукции, дедукции, методы сравнения, табличный и графический методы.

Исследования и разработки: в рамках дипломной работы проводится анализ текущей рекламной политики государственного предприятия «БелЭкспо», изучаются лучшие международные практики продвижения выставочных услуг, разрабатываются рекомендации по выбору каналов рекламы, адаптации рекламного контента и измерению эффективности рекламных кампаний за рубежом.

Область возможного применения: предложенные рекомендации могут быть использованы государственным предприятием «БелЭкспо» для практической реализации рекламных кампаний на внешнем рынке, а также другими выставочными и маркетинговыми структурами, заинтересованными

в расширении международного присутствия и привлечении иностранных участников к деловым мероприятиям в Республике Беларусь.

Автор работы подтверждает, что расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствования из литературных и других источников сопровождаются ссылками на авторов.

Дыпломная работа: 77 с., 11 мал., 16 табл., 55 крыніц, 2 дадат.

ЗНЕШНІ РЫНАК, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, МІЖНАРОДНЫ МАРКЕТЫНГ, ПРАДВІЖЭННЕ ПАСЛУГ, РЭКЛАМНАЯ СТРАТЭГІЯ, ЭКСПАРТНЫЯ ПАСЛУГІ, МІЖНАРОДНЫЯ ВЫСТАЎКІ, БРЭНДЫНГ, КАМУНІКАЦЫЙНАЯ ПАЛІТЫКА

Мэта даследавання: распрацаваць прапановы па ўдасканаленні арганізацыі рэкламнай дзейнасці дзяржаўнага прадпрыемства “БелЭкспа” на знешнім рынку.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. вывучыць тэарэтычныя асновы арганізацыі рэкламнай дзейнасці прадпрыемства на знешнім рынку;
2. вывучыць паказчыкі эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці;
3. азнаёміцца з нарматыўна-прававымі дакументамі, якія рэгулююць рэкламную дзейнасць у Рэспубліцы Беларусь;
4. прааналізаваць арганізацыю рэкламнай дзейнасці ДП “БелЭкспа” на знешнім рынку;
5. ацаніць эфектыўнасць арганізацыі рэкламнай дзейнасці ДП “БелЭкспа” на знешнім рынку;
6. прапанаваць практычныя рэкамендацыі па паляпшэнні рэкламнай дзейнасці прадпрыемства на знешнім рынку.

Аб’ект даследавання: працэс арганізацыі і рэалізацыі рэкламнай дзейнасці дзяржаўнага прадпрыемства «БелЭкспа» на знешнім рынку.

Прадмет даследавання: метады, формы і інструменты рэкламнай дзейнасці, якія выкарыстоўваюцца дзяржаўным прадпрыемствам «БелЭкспа» для прасоўвання сваіх паслуг на замежным рынку.

Метады даследавання: індукцыі, дэдукцыі, метады параўнання, таблічны і графічны метады.

Даследаванні і распрацоўкі: у рамках дыпломнай работы праводзіцца аналіз бягучай рэкламнай палітыкі дзяржаўнага прадпрыемства “БелЭкспа”, вывучаюцца лепшыя міжнародныя практыкі прасоўвання выставачных паслуг, распрацоўваюцца рэкамендацыі па выбары каналаў рэкламы, адаптацыі рэкламнага кантэнту і вымярэнні эфектыўнасці рэкламных кампаній за мяжой.

Галіна магчымага прымянення: прапанаваныя рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны дзяржаўным прадпрыемствам “БелЭкспа” для практычнай рэалізацыі рэкламных кампаній на знешнім рынку, а таксама іншымі выставачнымі і маркетынгавымі структурамі, зацікаўленымі ў пашырэнні міжнароднай прысутнасці і прыцягненні замежных удзельнікаў да дзелавых мерапрыемстваў у Рэспубліцы Беларусь.

Аўтар работы пацвярджае, што разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычанні з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на аўтараў.

Diploma work: 77 p., 11 figures, 16 tables, 55 sources, 2 appendices

FOREIGN MARKET, ADVERTISING, INTERNATIONAL MARKETING, SERVICE PROMOTION, ADVERTISING STRATEGY, EXPORT SERVICES, INTERNATIONAL EXHIBITIONS, BRANDING, COMMUNICATION POLICY

The purpose of the study: to develop proposals for improving the organization of advertising activities of the state enterprise “BelExpo” in the foreign market.

In order to achieve the set goal, the author set the following tasks:

1. to study the theoretical foundations of the organization of advertising activities of the enterprise in the foreign market;
2. to study the indicators of the effectiveness of advertising activities;
3. to get acquainted with the regulatory and legal documents governing advertising activities in the Republic of Belarus;
4. to analyze the organization of advertising activities of the state enterprise “BelExpo” in the foreign market;
5. to evaluate the effectiveness of the organization of advertising activities of the state enterprise “BelExpo” in the foreign market;
6. to offer practical recommendations for improving the advertising activities of the enterprise in the foreign market.

Object of the study: advertising activities of the enterprise in the foreign market.

The object of the study: the process of organizing and implementing advertising activities of the state enterprise “BelExpo” in the foreign market.

The subject of the study: methods, forms and tools of advertising activities used by the state enterprise “BelExpo” to promote its services in the foreign market.

Study methods: induction, deduction, comparison methods, tabular and graphical methods.

Research and development: the thesis analyzes the current advertising policy of the state enterprise “BelExpo”, studies the best international practices of promoting exhibition services, develops recommendations for choosing advertising channels, adapting advertising content and measuring the effectiveness of advertising campaigns abroad.

Scope of possible application: the proposed recommendations can be used by the state enterprise “BelExpo” for the practical implementation of advertising campaigns in the foreign market, as well as other exhibition and marketing structures interested in expanding their international presence and attracting foreign participants to business events in the Republic of Belarus.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all

borrowings from literary and other sources are accompanied by references to the authors.