

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

CHAIR OF MARKETING

Abstract to the diploma work

**PARTICIPATION OF AN ECONOMIC ENTITY
OF THE REPUBLIC OF BELARUS
IN INTERNATIONAL EXHIBITION ACTIVITY
AND DIRECTIONS OF INCREASING ITS EFFICIENCY**

ZHYLITSKI Stanislau Vitalyevich

Scientific supervisor:
Candidate of Pedagogical Sciences
M.V. Lesnichenko-Rogovskaya

Minsk, 2025

Diploma work: 61 p., 14 figures, 19 tables, 62 sources, 2 appendix

EVENT MARKETING IN THE EXTERNAL MARKET: OBJECTIVES, TECHNOLOGIES, PERFORMANCE EVALUATION

The purpose of the study: to develop proposals to improve the efficiency of using event marketing technologies in the promotion of products of CJSC Rodina in the foreign market.

Object of research: event marketing.

Subject of research: event marketing in the external market of CJSC Rodina.

Research methods: analytical, method of theoretical analysis and generalization of scientific literature, descriptive method.

Research and Development: based on the study of theoretical issues of event marketing in the external market, the essence, main objectives and technologies of event marketing, as well as methods of performance evaluation were considered. Normative legal documents regulating marketing activity in the Republic of Belarus were studied. The application of event marketing by the company CCJSC “Rodina” was analyzed, the potential efficiency from the introduction/improvement of the strategy of event marketing in the external market was estimated.

Elements of scientific novelty: development of the system of events for the company CCJSC “Rodina” was proposed.

Area of possible application: the recommendations proposed in the study can be used to improve the use of event marketing of the company CCJSC Rodina.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дипломная работа: 61 с., 14 рис., 19 табл., 62 источник, 2 прилож.

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ: ЦЕЛИ, ТЕХНОЛОГИИ, ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ

Цель исследования: разработать предложения по повышению результативности использования технологий событийного маркетинга в продвижении продуктов ЗАО «Родина» на внешнем рынке.

Объект исследования: событийный маркетинг.

Предмет исследования: событийный маркетинг на внешнем рынке ЗАО «Родина».

Методы исследования: аналитический, метод теоретического анализа и обобщения научной литературы, описательный метод.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов событийного маркетинга на внешнем рынке были рассмотрены сущность, основные цели и технологии событийного маркетинга, а также методы оценки результативности. Были изучены нормативные правовые документы, регулирующие маркетинговую деятельность в Республике Беларусь. Проведен анализ применения событийного маркетинга компанией ЗАО «Родина», дана оценка потенциальной результативности от внедрения/совершенствования стратегии событийного маркетинга на внешнем рынке.

Элементы научной новизны: предложена разработка системы мероприятий для компании ЗАО «Родина».

Область возможного применения: предложенные в исследовании рекомендации могут быть использованы для совершенствования использования событийного маркетинга компании ЗАО «Родина».

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

Дыпломная работа: 61 с., 14 мал., 19 табл., 62 крыніца, 2 дадат.

ПАДЗЕЙНЫ МАРКЕТЫНГ НА ЗНЕСНІМ РЫНКУ: МЭТЫ, ТЭХНАЛОГІІ, АЦЭНКА ВЫНІКОВАСЦІ

Мэта даследавання: распрацаваць прапановы па павышэнню эфектыўнасці выкарыстання тэхналогій падзейнага маркетынгу пры прасоўванні прадукцыі ЗАТ «Радзіма» на замежным рынку.

Аб'ект даследавання: падзейны маркетынг.

Прадмет даследавання: падзейны маркетынг на знешнім рынку ЗАТ «Радзіма».

Метады даследавання: аналітычны, метады тэарэтычнага аналізу і абагульнення навуковай літаратуры, апісальны метады.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў падзейнага маркетынгу на знешнім рынку былі разгледжаны сутнасць, асноўныя мэты і тэхналогіі падзейнага маркетынгу, а таксама метады ацэнкі выніковасці. Былі вывучаны нарматыўныя прававыя дакументы, якія рэгулююць маркетынгавую дзейнасць у Рэспубліцы Беларусь. Праведзены аналіз прымянення падзейнага маркетынгу кампаніяй ЗАТ «Радзіма», дадзена ацэнка патэнцыйнай выніковасці ад укаранення/ўдасканалення стратэгіі падзейнага маркетынгу на знешнім рынку.

Элементы навуковай навізны: прапанавана распрацоўка сістэмы мерапрыемстваў для кампаніі ЗАТ «Радзіма».

Вобласць магчымага прымянення: прапанаваныя ў даследаванні рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны для ўдасканалення выкарыстання падзейнага маркетынгу кампаніяй ЗАТ «Радзіма».

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследвання працэсу, а ўсе запазычванні з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.