

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

ВАН Мяо

**СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ КИТАЙСКИХ АВТОМОБИЛЬНЫХ  
БРЕНДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Магистерская диссертация  
АННОТАЦИЯ  
Специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель:  
И.В. Пинчук  
кандидат социологических наук

Минск, 2025

## АННОТАЦИЯ

Структура магистерской диссертации включает три главы. В первой главе анализируются характеристики белорусского автомобильного рынка через теоретические рамки коммуникационных исследований. Во второй главе через обширный анализ данных и сравнительные тематические исследования разъясняется продвижение китайских автомобильных брендов в Беларуси. В третьей главе обобщаются данные теории и даются предложения по будущему продвижению китайских автомобильных брендов в Беларуси.

Магистерская диссертация включает 77 страниц, 9 иллюстраций, 11 таблиц, 3 приложения и 36 использованных источников.

*Ключевые слова: кросс-культурная коммуникация; глокализация; доверие, опосредованное государственным; гибридные автомобили; разделение нарратива; инициатива «Один пояс, один путь»; культурный прагматизм; белорусский автомобильный рынок; интегрированная маркетинговая коммуникация; технологическая локализация.*

Объект – Китайские автомобильные бренды (Geely, BYD, Chery), представленные в Республике Беларусь.

Предмет – особенности продвижения китайских автомобильных брендов в Республике Беларусь в постсоциалистическом контексте с акцентом на взаимодействие технологической адаптации, культурного прагматизма и институционального доверия.

Цель магистерской работы – Проанализировать, как китайские автомобильные бренды позиционируются на рынке Беларуси, уравнивая глобальные технологические нарративы с гиперлокализованным повествованием в рамках инициативы «Один пояс, один путь» (BRI).

В процессе написания магистерской диссертации получены следующие результаты: Определены практические методы и особенности продвижения китайских автомобильных брендов в Беларуси; проверены и обобщены вопросы, которых следует избегать и на которые следует обращать внимание китайским автомобильным брендам при продвижении в Беларуси.