

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

МЭН Шуан

**РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
КИТАЙСКИХ ТОВАРОВ НА БЕЛОРУССКИЙ РЫНОК
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

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

Научный руководитель:
Калачёва Ирина Ивановна
доктор исторических наук,
профессор

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура магистерской диссертации включает в себя три главы. Первая глава посвящена теоретическим основаниям коммуникационных и рекламных стратегий. Вторая глава сосредоточена на анализе рекламной стратегии в контексте китайско-белорусской торговли. Третья глава посвящена практике продвижения китайских товаров на белорусском рынке с акцентом на использование социальной сети Тик-Ток.

Общий объем работы составляет 63 страниц, включая 4 таблиц, 12 рисунков и 59 источника литературы.

Ключевые слова: Рекламная стратегия, продвижение товаров, китайско-белорусская торговля, социальные сети, TikTok, цифровой маркетинг, культурная адаптация, локальные инфлюенсеры, потребительское восприятие.

Объект – Китайско-белорусские торговые отношения и процессы продвижения китайских товаров на белорусском рынке.

Предмет – Рекламные стратегии, используемые для продвижения китайских товаров на белорусском рынке, включая платформу TikTok.

Цель магистерской работы – Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной стратегии продвижения китайских товаров на белорусском рынке с использованием социальной сети TikTok.

В данном исследовании использовался теоретический анализ и синтез литературы, сравнительный анализ, статистический анализ данных, контент-анализ рекламных материалов в TikTok, анализ нормативно-правовой базы, обобщение и интерпретация полученных данных.

В результате исследования выявлены ключевые особенности китайско-белорусских торговых отношений, определены наиболее эффективные рекламные стратегии для продвижения китайских товаров в TikTok, а также выявлены основные проблемы, связанные с продвижением в данной социальной сети. Новизна работы заключается в разработке практических рекомендаций по оптимизации рекламных кампаний в TikTok, адаптированных к специфике белорусского рынка, и в анализе актуальных трендов продвижения китайских товаров. Достоверность результатов обеспечена использованием актуальных данных из официальных источников, включая нормативно-правовые документы, статистические отчеты и материалы TikTok.

Результаты исследования могут быть использованы китайскими компаниями и белорусскими дистрибьюторами для разработки эффективных рекламных кампаний в TikTok, направленных на продвижение китайских товаров.