

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

КРУПСКАЯ Ганна Сяргееўна

**ВЫСНОВА НОВАГА ПРАДУКТУ НА РЫНАК:
КАМУНІКАЦЫЙНЫ АСПЕКТ**

Дыпломная работа
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
старшы выкладчык
І.Ф.Бурына

Мінск, 2025

АНАТАЦЫЯ

Аб'ём дыпломнай работы складае 47 старонак і ўключае 2 прыкладання і 30 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: лесааднаўленне, лініі высеvu насення sedlin 600, маркетынговая стратэгія, вываду новага прадукту на рынак, мэтавая аўдыторыя, канкурэнтны аналіз, інавацыйнае абсталяванне, кітайска-беларуская вытворчасць.

Мэтай працы з'яўляецца аналіз вываду новага прадукту на рынак на прыкладзе ТАА «Інноватек».

Аб'ект даследавання – новы прадукт.

Прадмет даследавання – выснова новага прадукту на рынак.

Структура працы ўключае ўвядзенне, дзве кіраўніка, Заключэнне, Спіс выкарыстаных крыніц і дадатку. У першай чале разглядаюцца тэарэтычныя аспекты вываду новага прадукту на рынак, у другой – распрацоўваецца камунікацыйная стратэгія для кампаніі «Інноватек». Прыкладання ўтрымліваюць дадатковыя матэрыялы, якія пацвярджаюць вынікі даследавання.

Праведзенае даследаванне дазволіць кампаніі «Інноватек» сфармаваць выразны план дзеянняў па высновы новага прадукту на рынак, мінімізаваць рызыкі і максымізаваць камерцыйную эфектыўнасць. Вынікі працы могуць быць выкарыстаны не толькі для бягучага праекта, але і для распрацоўкі доўгатэрміновай маркетынгавай стратэгіі кампаніі. Акрамя таго, вывучэнне канкурэнтнага асяроддзя і аналіз мэтавай аўдыторыі дапамогуць выявіць унікальныя перавагі прадукту, якія можна выкарыстоўваць у рэкламных кампаніях. Гэта павысіць пазнавальнасць брэнда і ўмацуе яго пазіцыі на рынку. Першая кіраўнік даследавання раскрывае тэарэтычныя асновы вываду новых прадуктаў на рынак, аналізуючы сучасныя маркетынжавыя падыходы да прасоўванні інавацыйнага абсталявання і спецыфіку працы на рынках Казахстана, Расіі і Беларусі. У другой чале прадстаўлена практычная распрацоўка маркетынгавай стратэгіі для кампаніі «Інноватек», якая ўключае аналіз канкурэнтнай асяроддзя, стварэнне унікальнага гандлёвага прапановы і комплекснай сістэмы прасоўвання.

Праведзенае даследаванне дазволіла зрабіць выснову аб неабходнасці комплекснага падыходу да высновы новага прадукту, які спалучае тэхнічную адаптацыю абсталявання, прадуманае пазіцыянаванне і камунікацыйную стратэгію.