

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма и гостеприимства

Аннотация к магистерской диссертации

**Инструменты продвижения китайских брендов на рынке Республики
Беларусь (на примере деятельности компании СЗАО «БелДжи»)**

Янь Луцзюнь

Научный руководитель: Решетников Дмитрий Георгиевич
кандидат географических наук, доцент

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Тема магистерской диссертации – «Инструменты продвижения китайских брендов на рынке Республики Беларусь (на примере деятельности компании СЗАО «БелДжи»).

Магистерская диссертация: 82 с., 7 рис., 10 таб., 83 источников.

Ключевые слова: БРЕНД, БРЕНДИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, КИТАЙСКИЕ БРЕНДЫ, РЫНОК БЕЛАРУСИ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, АВТОМОБИЛЬНЫЙ РЫНОК, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ.

Объект исследования: Процесс продвижения китайских брендов на рынке Республики Беларусь.

Предмет исследования: Маркетинговые инструменты и стратегии продвижения китайских автомобильных брендов на рынке Беларуси на примере деятельности компании СЗАО «БелДжи».

Целью данного исследования: научно-методическое обоснование и разработка практических рекомендаций по совершенствованию применения маркетинговых инструментов для продвижения китайских брендов на рынке Республики Беларусь (на примере компании СЗАО «БелДжи»).

Методология и методы исследования. В процессе написания магистерской диссертации был применен теоретический анализ современных инструментов продвижения автомобильного бренда. В работе применялись системный и структурно-функциональный подходы, использовались общенаучные методы анализа, типологизации, обобщения, статистический, описательный, сравнительный методы исследования, а также был проведён анализ специализированной литературы.

Достоверность материалов и результатов магистерской диссертации. 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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ANNOTATION

The topic of the Master's thesis is "Tools For Promoting Chinese Brands In The Market Of The Republic Of Belarus (Using The Example Of The Activities Of The Belji Joint Stock Company).

Master's thesis: 82 p., 7 figures, 10 tables, 83 sources.

Keywords: BRAND, BRANDING, PROMOTION, MARKETING TOOLS, CHINESE BRANDS, BELARUSIAN MARKET, MARKETING STRATEGY, AUTOMOTIVE MARKET, DIGITAL MARKETING, POSITIONING.

Object of research: The process of promoting Chinese brands in the market of the Republic of Belarus.

Subject of the research: Marketing tools and strategies for promoting Chinese automobile brands based on the example of the company's activities in the Belarusian market.

The purpose of this study is to provide scientific and methodological substantiation and develop practical recommendations for improving the use of marketing tools to promote Chinese brands in the market of the Republic of Belarus (using the example of the Belji Joint Stock Company).

Methodology and research methods. In the process of writing the master's thesis, a comprehensive methodological approach was applied, combining theoretical analysis and practical research of modern brand promotion tools. Systematic and structural-functional approaches were used in the work, general scientific methods of analysis, typologization, generalization, statistical, descriptive, comparative research methods were used, and specialized literature was analyzed.

The author confirms that the analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.