

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY**

CHAIR OF MARKETING

Master's dissertation summary

EXHIBITIONS AS A TOOL FOR BRAND PROMOTION

DU Siguo

Scientific supervisor
Maryia Karpiankova,
Candidate of Art History, Associate Professor

Scientific adviser
Katsyaryna Dudko
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Minsk, 2025

Masters' dissertation: pages 67, figures 6, tables 5, sources 57, appendices 1.
EXHIBITIONS, BRAND PROMOTION, MARKETING TOOLS,
FASHION INDUSTRY, CHIC EXHIBITION, MARKETING EFFECTIVENESS,
KEY PERFORMANCE INDICATORS, DIGITAL TRANSFORMATION,
SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The aim of the study is to develop suggestions to improve the brand promotion of CHIC China International Fashion Fair.

To achieve the aim of the research, the following objectives were set:

- to characterise the existing theoretical approaches in the field of exhibition activity as a marketing tool;
- to determine the features of marketing tools for brand promotion during exhibitions in the field of clothing and fashion;
- to identify modern marketing tools for brand promotion and evaluate their effectiveness on the example of China International Fashion Fair (CHIC);
- to propose ways to improve marketing tools for brand promotion in the process of organising the China International Fashion Fair (CHIC);
- to assess the applicability of the experience of the organisers and participants of the China International Fashion Fair (CHIC) exhibition on the use of current marketing tools for brand promotion in the field of clothing and fashion in China.

The object of the study is marketing tools for promoting the exhibition as a brand.

The subject of the research is the evaluation of existing and application of effective marketing tools to promote the exhibition CHIC as a brand.

Research methods: method of theoretical analysis and generalization of scientific literature, synthesis, induction.

The area of possible practical application of the work is to provide a basis for future planning of fashion exhibitions as a brand and optimise their awareness in China.

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

Магистерская диссертация: страниц 67, рисунков 6, таблиц 5, источников 57, приложений 1.

ВЫСТАВКИ, ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ИНДУСТРИЯ МОДЫ, ВЫСТАВКА CHIC, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГА, КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ.

Цель исследования является разработка предложений по совершенствованию продвижения бренда CHIC China International Fashion Fair.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

- охарактеризовать существующие теоретические подходы в области выставочной деятельности как маркетингового инструмента;
- определить особенности маркетинговых инструментов продвижения бренда на выставках в сфере одежды и моды;
- выявить современные маркетинговые инструменты продвижения бренда и оценить их эффективность на примере China International Fashion Fair (CHIC);
- предложить пути совершенствования маркетинговых инструментов продвижения бренда в процессе организации China International Fashion Fair (CHIC);
- оценить применимость опыта организаторов и участников выставки China International Fashion Fair (CHIC) по использованию современных маркетинговых инструментов продвижения бренда в сфере одежды и моды в Китае.

Объектом исследования являются маркетинговые инструменты продвижения выставки как бренда.

Предметом исследования является оценка существующих и применение эффективных маркетинговых инструментов продвижения выставки CHIC как бренда.

Методы исследования: метод теоретического анализа и обобщения научной литературы, синтез, индукция.

Область возможного практического применения работы — создание основы для будущего планирования выставок моды как бренда и оптимизации их узнаваемости в Китае.

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

Магістарская дысертацыя: старонак 67, малюнкаў 6, табліц 5, крыніц 57, дадаткаў 1.

ВЫСТАВЫ, ПРАСОЎВАННЕ БРЭНДА, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ІНСТРУМЕНТЫ, ІНДУСТРЫЯ МОДЫ, ВЫСТАВА CHIC, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ МАРКЕТЫНГУ, КЛЮЧАВЫЯ ПАКАЗЧЫКІ ЭФФЕКТЫВАЛЬНАСЦЬ, ЦЫФРАВАЯ ТРАНСФАРМАЦЫЯ, УСТОЙЛІВАЕ РАЗВІЦЦЁ.

Мэта даследавання з'яўляецца распрацоўка прапаноў па ўдасканаленні прасоўвання брэнда CHIC China International Fashion Fair.

Для дасягнення мэты даследавання былі пастаўлены наступныя задачы:

- ахарактарызаваць існуючыя тэарэтычныя падыходы ў галіне выставачнай дзейнасці як маркетынгавага інструмента;
- вызначыць асаблівасці маркетынгавых інструментаў прасоўвання брэнда на выставах у сферы адзення і моды;
- выявіць сучасныя маркетынгавыя інструменты прасоўвання брэнда і ацаніць іх эфектыўнасць на прыкладзе China International Fashion Fair (CHIC);
- прапанаваць шляхі ўдасканалення маркетынгавых інструментаў прасоўвання брэнда ў працэсе арганізацыі China International Fashion Fair (CHIC);
- ацаніць дастасавальнасць вопыту арганізатараў і ўдзельнікаў выставы China International Fashion Fair (CHIC) па выкарыстанні сучасных маркетынгавых інструментаў прасоўвання брэнда ў сферы адзення і моды ў Кітаі.

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца маркетынгавыя інструменты прасоўвання выставы як брэнда.

Прадметам даследавання з'яўляецца ацэнка існуючых і прымяненне эфектыўных маркетынгавых інструментаў прасоўвання выставы CHIC як брэнда.

Метады даследавання: метады тэарэтычнага аналізу і абагульненні навуковай літаратуры, сінтэз, індукцыя.

Вобласць магчымага практычнага прымянення работы – стварэнне асновы для будучага планавання выстаў моды як брэнда і аптымізацыі іх пазнавальнасці ў Кітаі.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял карэктна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан вывучаемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратуры і іншых крыніц дадзеныя суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.