**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Хисматуллиной Алии Рифкатовны**

**«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА**

**В ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИТОРСКОЙ ОТРАСЛИ**

**(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «ДЕЛОВЫЕ ЛИНИИ»)»**

**Н. рук. – Фещенко Лариса Георгиевна, канд. филол. наук, доцент**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**заочная форма обучения**

 **Актуальность** нашего исследования состоит, во-первых, в анализе такого объекта исследования, деятельность которого связана с современной и развивающейся областью экономической деятельности – сферой услуг. Во-вторых, для анализа взят молодой, малоизученный и непрозрачный для общественности сегмент экономики – транспортно-экспедиторский бизнес. В-третьих, данную отрасль в условиях конкуренции и рыночной экономики мы рассматриваем в проблематике возможностей маркетинговой капитализации, выявляя значимые и современные инструменты продвижения для данной отрасли, особо акцентируя внимание на связи с общественностью и рекламе. **Научная новизна** заключается в акцентировании внимания на тех коммуникативных инструментах, которые смогут плодотворно помочь в бизнесе и будут оптимальны для компании с финансовой точки зрения в период экономического кризиса.

 **Основной целью** нашей работы является анализ коммуникативной политики субъектов транспортно-экспедиторской отрасли, а также разработка рекомендаций для формирования и поддержания успешного коммуникативного позиционирования компании. Для осуществления данной цели нам предстояло проработать следующие **задачи**: охарактеризовать особенности сферы услуг в транспортно-экспедиторской отрасли; проанализировать роль логистической отрасли и особенность развития рынка грузоперевозок в России; сравнить и проанализировать коммуникации своей компании с компаниями-конкурентами; разработать рекомендации по выбору маркетинговых инструментов и обосновать целесообразность выбора.

 **Объект** нашего исследования – транспортно-экспедиторская компания, охватывающая динамичный российский рынок грузоперевозок. **Предметом** работы является роль связей с общественностью и рекламы в транспортно-экспедиторской отрасли и особенность их применения.

 **Теоретическая база.** Труды, посвященные описанию концептуальных основ теорий рыночной экономики, маркетинговой капитализации, рассматривающие практические положения маркетинговых коммуникаций, формирующие теоретический аппарат транспортно-экспедиторского бизнеса. **Теоретической значимостью** ВКР является попытка систематизировать особенности маркетинговых подходов для транспортно-экспедиторской отрасли России.

 **Эмпирическая база.** При подготовке исследования проанализированы официальные статистические, аналитические данные компании, внутренние регламенты, отчетные документы, данные, полученные в ходе анализа сайтов, социальных сетей, различных электронных источников. **Практическая значимость:** результаты исследования могут быть использованы организациями в транспортно-экспедиторском сегменте рынка для совершенствования работы в сфере коммуникаций с целевыми аудиториями и разными группами общественности.

 **Структура работы.** ВКР состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, включающего 25 книг, 33 периодических издания, 8 авторефератов диссертаций, 32 электронных ресурса, а также 9 приложений.