

## АННОТАЦИЯ

**Тема дипломной работы:**

«PR-сопровождение процесса  
позиционирования на региональном рынке  
строительных материалов  
(на примере работы компании ООО «Бафус»)

**Автор:** Устинова А.П.

**Научный руководитель:**

Ануфриенко Светлана Викторовна  
Стр. 71, библиограф. назв. 96

Ключевые слова: PR-деятельность, позиционировании компании, строительная компания.

**Актуальность темы дипломного исследования** обусловлена также необходимостью продвижения услуг и товаров строительных компаний в условиях жесткой конкуренции; выявления специфики PR-деятельности на рынке строительных материалов как условия эффективного функционирования отечественного бизнеса в современном информационном обществе; изучения возможностей применения PR-технологий в работе с целевыми аудиториями: сотрудниками, клиентами и партнерами.

В нашей стране стратегическое позиционирование используется недостаточно широко, особенно в отрасли строительства и стройматериалов. Здесь сказывается отсутствие опыта и практических знаний в разработке стратегии, а также недостаточного числа различного рода методических пособий и рекомендаций.

**Объектом исследования** является процесс позиционирования предприятий на рынке строительных материалов.

**Предметом исследования** – применение PR-технологий в процессе позиционирования и продвижения организации на региональном рынке строительных материалов.

**Цель дипломного исследования** – исследование роли PR-технологий в процессе позиционирования компании на рынке строительных услуг.

**Теоретико-методологические основы исследования.** Теоретической и методологической основой дипломной работы послужили работы российских специалистов по проблемам организации связей с общественностью в коммерческой

сфере. Автором применялись следующие методы научного познания: сравнение как один из наиболее распространенных методов познания, позволяющий установить сходство и различие предметов и явлений действительности; анализ – метод научного исследования, заключающийся в разложении предмета на составные части и синтез, представляющий соединение полученных при анализе частей в нечто целое; социологический опрос.

**В результате** в данной работе были рассмотрены наиболее распространённые PR-технологии, которые могут быть использованы компанией для продвижения строительных материалов на рынке. Следует отметить, что данное направление PR ещё слабо развито, однако, возможно, что сейчас с появлением огромного количества зарубежных и отечественных компаний ремонтно-строительной отрасли, а также с ростом конкуренции между ними, PR в этой отрасли будет активно применяться.