**Summary of the master graduation thesis**

**Zadvornova Anastasiia Konstantinovna**

**Сommunication strategies of international companies entering russian market**

**Scientific Supervisor – Dmitriy Petrovich Gavra, Department Chairman, Professor, Doctor of Social Sciences.**

**Department of Public Relations in Business**

**Full-time attendance**

**Keywords: entrance to a new market, communication strategies, marketing environment.**

**The relevance of the research**. Despite geopolitical confrontation and sanctions for international companies Russian market still remains a prospective platform for doing business. The investments keep coming due to ruble weakening and large corporations arestill interested in the particularl market segments. The well thought-out communication strategy becomes the decisive factor for achieving the leading position when entering foreign market.

**The novelty of the thesis is determined by** the thorough study of the marketing and communication strategies of international companies entering Russian market in the crisis and unstable conditions; by the authorsfindings, recommendations and suggestions for crisis communications management; by the analysis of communicative policy of the particular Western company having entered the Russian market.

**The object of the work** - communicative activities of the foreign company entering market abroad.

**The subject of the research** – communications strategies of “Melitta” company on the new Russian market.

**The purpose of the research** – to define basic approaches for planning and management of the company’s entering foreigm market and to find out necessary communicative efforts.

The purpose of the research is to be implemented through the following **objectives:**

1. using the tools , of the international marketing to study the basic theoretical approaches to the planning and the organization of business when company comes to a market of another country .
2. to determine what types of the strategic analysis help to define the сritical success factors
3. to research the basic theoretical approaches to marketing environment and communication abilities.
4. to analyze the benefits and flaws of Russian market in terms of political and economic instability.
5. to analyze the “Melitta” company strategies for the entering Russian market and the tools of its communication support
6. to suggest the author's recommendations for the development of the company's business in terms of the major difficulties faced by the company at the moment.

The following **methods** have been used: mass media monitoring, monitoring of the corporate publications, monitoring of the groups in the social networks, expert interview, comparison of companies “Мelitta”, “Delonghi”, “Jura”.

**The theoretical basis of the dissertation includes** credible works in fieds of communication theory, business communications, crisis communications, international marketing, PR and marketing.

**The empirical research base** – the official materials, analytic data, market research, Melitta marketing data and materials of expert interviews.

**The structure of the master's dissertation consists of** an introduction, three chapters, conclusions, bibliography and annexes.

**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Задворновой Анастасии Константиновны**

**«Коммуникативные стратегии выхода международной торговой компании на Российский рынок»**

**Н. рук. – Гавра Дмитрий Петрович, доктор социологических наук**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Очная форма обучения**

**Актуальность темы исследования**. Невзирая на геополитическое противостояние и санкции, для зарубежных компаний Российский рынок остается перспективной площадкой для ведения бизнеса. Приток инвесторов продолжает расти в связи с ослаблением рубля и большие корпорации проявляют интерес к отдельным сегментам рынка. Определяющим фактором для достижения лидирующих позиций в своем сегменте является продуманная коммуникативная стратегия. Положение на рынке определяется возможностью компании адаптироваться к динамике рыночной ситуации.

**Научная новизна темы дипломной работы** определяется изучением стратегий продвижения зарубежных компаний на российский рынок в условиях кризисных явлений и нестабильности; разработкой авторских рекомендаций и предложением по антикризисному реагированию; современным анализом коммуникативной политики по выходу западной компании на российский рынок.

**Цель дипломной работы** определить основные подходы к организации и планированию выхода международной торговой компании на российский рынок и выявить необходимые для решения этой задачи направления коммуникации.

**Объектом исследования** является коммуникативная деятельность компании при выходе на зарубежный рынок.

**Предметом исследования** являются коммуникативные стратегии компании “Melitta» при выходе выхода на новый рынок.

**Задачи дипломной работы**: 1) Изучить основные теоретические подходы к планированию и организации выхода бизнеса на рынок другой страны, принятые в международном маркетинге; 2) Определить какие виды стратегического анализа дают представления о ключевых факторах успеха; 3) Рассмотреть общие подходы к изучению маркетинговой среды и возможностей бизнес-коммуникации; 4) Выявить преимущества и недостатки российского рынка в условиях политической и экономической нестабильности; 5) Изучить стратегию выхода на российский рынок компании «Melitta» и эффективность, проведенной коммуникативной поддержки; 6) Предложить авторские рекомендации для развития бизнеса компании, с учетом основных трудностей, с которыми сталкивается компания в настоящее время.

**Методы** представленные в данной работе: мониторинг СМИ, мониторинг социальных сетей, экспертные интервью, анализ официальных документов компании “Melitta”, сравнение деятельности компаний “Мelitta”, “Delonghi”, “Jura”.

**Теоретико-методологическая база исследования** включает авторитетные работы в области теории коммуникаций, бизнес-коммуникаций, кризисных коммуникаций, международного маркетинга, PR и рекламы.

**Эмпирическая база исследования** содержит официальные материалы, данные статистики, данные маркетинговых исследований, материалы, собранные в ходе работы автора в маркетинговом отдели компании «Melitta»,материалы экспертных интервью.

**Структура дипломной работы** включает в себя введение, три главы, заключение и список литературы, приложения.