

## МЕТОДЫ БОРЬБЫ КОМПАНИЙ С «ЧЕРНЫМ» PR

*В. В. Кравцова, Н. А. Карпушенко (студенты III курса)*

**Проблематика.** Данная работа основывается на том, что иногда предприятия прибегают к «нечистым» способам продвижения своих товаров или услуг, а также создания имиджа.

**Цель работы.** Изучение понятия, видов, функций, целей и задач «черного» PR.

**Объект исследований.** «Черный» PR.

**Использованные методики.** Метод наблюдения. Контент-анализ. Опросные методики.

**Научная новизна.** Выявление особенностей влияния «черного» PR на имидж компании.

**Полученные научные результаты и выводы.** Были изучены основные приемы «черного» PR, а также меры защиты от него.

**Практическое применение полученных результатов.** Результаты исследования носят прикладной характер, могут быть использованы для своевременного обнаружения и устранения проблем компании со стороны внешних источников. Так же результаты научно-исследовательской компании могут быть использованы в качестве наглядного материала и кейсов для практических занятий для студентов специальности «Маркетинг».

## СТРИТ-РИТЕЙЛ КАК АКТУАЛЬНЫЙ ФОРМАТ ТОРГОВЛИ

*Е. А. Масливецва, В. Г. Бугай (студенты II курса)*

**Проблематика.** Рынок торговой недвижимости не стоит на месте, появляются новые понятия и явления, требующие исследования. Субъекту предпринимательства следует разобраться в форматах торговой недвижимости, чтобы не упустить возможность организации эффективного бизнеса.

Согласно законодательству Республики Беларусь торговые объекты могут быть форматами: магазин, павильон, киоск, палатка, лоток, торговый автомат, автолавка, автомагазин, торговое место и иные.

Торговля в настоящее время наряду с объектами классической торговой сети может быть представлена в таких форматах магазинов, как «рор-ур» (точки временной торговли), «фреш-маркеты», «гастро» и «дели-маркеты», «интернет-магазин» и другие. Одним из наиболее популярных городских офлайн форматов среди малых торговых предприятий и сферы общественного питания выступает стрит-ритейл (street retail).

Стрит-ритейл – формат торговой точки, располагающейся на улице. Представлен небольшими помещениями на первых этажах зданий в проходных местах. Выделяют классический street retail и street retail спальных районов. Объекты сегмента street retail быстро реагируют на изменение состояния рынка, поэтому требуют изучения их специфики и отличий от других форматов торговой недвижимости.

Преимуществами выступают: физическая доступность товара, ориентированность на активных клиентов, импульсные покупки, универсальность торгового профиля.