

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

**Использование инструментов пиар в рамках экспансии на локальные рынки
международных компаний**

Колоскова Наталья Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский
факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: Nmkoloskova@gmail.com

Экспансия на локальные рынки - не новая форма колониализма, а скорее способ оптимизировать использование доступных человеку ресурсов.

Локальная интеграция, то есть стремление производить продукт как можно ближе к финальному потребителю-иностранцу с использованием наибольшего количества местных ресурсов и продуктов - стремление, свойственное всем международным компаниям.

Не является исключением и автопром, а в частности, Альянс Рено-Ниссан, в настоящее время владеющий большинством капитала отечественного концерна АвтоВАЗ.

Однако, как любая словесческая деятельность оказывается завязана на общение, так и локальная интеграция невообразима без предварительного выстраивания эффективных коммуникаций.

Данный доклад представит описание и анализ оригинальных подходов к коммуникации, выработанных компанией Рено для обмена информацией и технологиями в рамках локальной интеграции. Эти подходы, по сути, представляют собой классический арсенал пиар-специалиста, применяемый международным автопроизводителем для обеспечения успеха своей глобальной экономической стратегии.

Отдельно будет рассмотрено влияние отраслевого и политического кризисов на коммуникационную систему международного холдинга, как одну из жизненно-важных систем производственного организма компании.

Слова благодарности

Особую благодарность выражаю научному руководителю Анне Анатольевне Костиковой, а также руководителю аналитического центра Рено Россия Ивану Йовановичу за их помощь и поддержку