

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра политологии**

ЛУБКОВА
Ольга Игоревна

**ТЕХНОЛОГИЯ БРЕНДИНГА В ФОРМИРОВАНИИ
ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доцент С.Г. Паречина

Допущена к защите
« ___ » _____ 2017 г.
Зав. кафедрой политологии
профессор С.В. Решетников

Минск, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	3
ВВЕДЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена. 6
ГЛАВА 1 ИМИДЖ БЕЛОРУССКИХ БРЕНДОВ: ВНУТРЕННИЙ И ВНЕШНИЙ АСПЕКТ	Ошибка! Закладка не определена. 8
1.1 Соотношение понятий «имидж» и «бренд».....	Ошибка! Закладка не определена. 8
1.2 Современные брендинговые технологии.....	Ошибка! Закладка не определена. 15
1.3 «Внутренний имидж» белорусских брендов.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.4 «Внешний имидж» белорусских брендов.....	Ошибка! Закладка не определена. 29
1.5 Идентификация белорусских товаров.....	Ошибка! Закладка не определена. 32
ГЛАВА 2 ПРЕДПРИЯТИЯ ВЕДУЩИХ ОТРАСЛЕЙ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ, ТРАНСЛИРУЮЩИЕ ИМИДЖ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ	Ошибка! Закладка не определена. 38
2.1 Кондитерская промышленность.....	Ошибка! Закладка не определена. 39
2.2 Легкая промышленность	Ошибка! Закладка не определена. 42
2.3 Фармацевтическая отрасль	Ошибка! Закладка не определена. 46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена. 56
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:.....	Ошибка! Закладка не определена. 6

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 59 с., 4 рис., 46 источников
ИМИДЖ, ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА, БРЕНДИНГ, БРЕНД,
МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ,
НАЦИОНАЛЬНЫЕ СИМВОЛЫ.

Цель дипломной работы: рассмотреть роль технологии брендинга в формировании позитивного имиджа Республики Беларусь.

Объект исследования: имидж Республики Беларусь.

Методы исследования: при написании дипломной работы использовался метод сравнительного анализа, синтеза, индуктивный и дедуктивный методы, структурно-функциональный, институциональный, исторический методы исследования.

Актуальность моей темы обусловлена тем, что позитивный имидж государства является огромным ресурсом, который не только повышает престиж страны, но и способствует росту благосостояния населения. В настоящее время для формирования позитивного имиджа Республики Беларусь и трансформации стереотипов недостаточно используются брендинговые технологии: незначительно используется реклама, а некоторые технологии вообще не применяются.

Новизна моей темы обусловлена подходом к рассмотрению формирования позитивного имиджа государства. Проблематика формирования позитивного имиджа государства исследуется с позиции экономического детерминизма с акцентом на брендинговые технологии.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 59 с., 4 мал., 46 крыніц
ІМІДЖ, ІМІДЖУ ДЗЯРЖАВЫ, БРЭНДЫНГ, БРЭНД,
МАРКЕТЕНГОВЫЕ ТЭХНАЛОГІІ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ,
НАЦЫЯНАЛЬНЫЯ СІМВАЛЫ.

Мэта дыпломнай працы: разгледзець ролю тэхналогіі брэндынгу ў фарміраванні пазітыўнага іміджу Рэспублікі Беларусь.

Аб'ект даследавання: імідж Рэспублікі Беларусь.

Метады даследавання: пры напісанні дыпломнай працы выкарыстоўваўся метады параўнальнага аналізу, сінтэзу, індуктыўны і дэдуктыўны метады, структурна-функцыянальны, інстытуцыянальны, гістарычны метады даследавання.

Актуальнасць маёй тэмы абумоўлена тым, што пазітыўны імідж дзяржавы з'яўляецца велізарным рэсурсам, які не толькі павышае прэстыж краіны, але і спрыяе росту дабрабыту насельніцтва. У цяперашні час для фарміравання пазітыўнага іміджу Рэспублікі Беларусь і трансфармацыі стэрэатыпаў недастаткова выкарыстоўваюцца брэндынгавыя тэхналогіі: нязначна выкарыстоўваецца рэклама, а некаторыя тэхналогіі зусім не ўжываюцца.

Навізна маёй тэмы абумоўлена падыходам да разгляду фарміравання пазітыўнага іміджу дзяржавы. Праблематыка фарміравання пазітыўнага іміджу дзяржавы даследуецца з пазіцыі эканамічнага дэтэрмінізму з акцэнтам на брэндынгавыя тэхналогіі.

ABSTRACT

Diploma thesis 59 p., 4 im, 46 sources

IMAGE, IMAGE OF THE STATE, BRANDING, MARKETING TECHNOLOGIES, POSITIONING, NATIONAL SYMBOLS.

The aim of the thesis is to examine the role of branding technology in the formation of a positive image of the Republic of Belarus.

The object of the research is the image of the Republic of Belarus.

Methods of the research are comparative analysis, synthesis, inductive and deductive methods, structural-functional, institutional and historical research methods.

The actuality of my topic is associated with the fact that the positive image of the state is a huge resource that not only enhances the prestige of the country, but also promotes the growth of welfare of the population. At present branding technologies are underused for the formation of a positive image of the Republic of Belarus and transformation of stereotypes, the advertising is used slightly and some of the technology are not applied at all.

The novelty of my topic is determined by the approach to consideration of the formation of a positive image of the state. The problem of forming a positive image of the state is explored from the point of view of economic determinism with an emphasis on branding technologies.

