

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра технологий коммуникации

ЗЕЛЬМАН  
Елизавета Александровна

**МОЛОЧНЫЕ БРЕНДЫ БЕЛАРУСИ:  
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
доцент А.И. Соловьев

Допущена к защите

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации  
кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа включает: 51 страницу, 51 источник, 9 приложений.

БРЕНДЫ, БРЕНДЫ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, МОЛОЧНЫЕ БРЕНДЫ, «САВУШКИН», «БАБУШКИНА КРЫНКА», «БЕЛЛАКТ», ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, ПРОДВИЖЕНИЕ, РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS, ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА, ПОТРЕБИТЕЛИ.

Объект исследования дипломной работы – молочные бренды Беларуси. Предмет исследования – позиционирование и продвижение молочных брендов Беларуси.

Цель дипломной работы – определить особенности позиционирования и продвижения молочных брендов Беларуси на примере «Савушкин», «Бабушкина крынка» и «Беллакт».

Методы исследования: описательный метод, сравнительный анализ, наблюдение, экспертное интервью.

Полученные результаты: рынок белорусской молочной продукции является высококонкурентным сегментом. В связи с этим, чтобы привлекать внимание потребителей, брендам необходимо иметь определенное позиционирование и соответствующую ему стратегию продвижения. Молочные бренды «Савушкин», «Бабушкина крынка» и «Беллакт» используют различные уровни позиционирования, однако придерживаются аналогичных инструментов продвижения. Это способствует донесению их ключевых сообщений до целевых аудиторий.

Новизна дипломной работы заключается в поиске актуальных тенденций продвижения белорусских молочных брендов.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть применены в оптимизации продвижения брендов «Савушкин», «Бабушкина крынка», «Беллакт». Полученные выводы могут быть полезны представителям предприятий, занимающихся выпуском молочной продукции, а также профессиональному и академическому сообществу для дальнейшего исследования белорусских молочных брендов.

Автор работы подтверждает достоверность материалов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

Зельман Е. А.

---

## РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Дыпломная работа змяшчае: 51 старонку, 51 крыніцу, 9 дадаткаў.

БРЭНДЫ, БРЭНДЫ ПРАДУКТАЎ ХАРЧАВАННЯ, МАЛОЧНЫЯ БРЭНДЫ, «САВУШКІН», «БАБУЛІНА КРЫНКА», «БЕЛАКТ», ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ, ПРАСОЎВАННЕ, РЭКЛАМА, PUBLIC RELATIONS, АСАБІСТЫЯ ПРОДАЖЫ, СТЫМУЛЯВАННЕ СБЫТУ, СПАЖЫЎЦЫ.

Аб'ект даследавання дыпломнай работы – малочныя брэнды Беларусі. Прадмет даследавання – пазіцыянаванне і прасоўванне малочных брэндаў Беларусі.

Мэта дыпломнай працы – вызначыць асаблівасці пазіцыянавання і прасоўвання малочных брэндаў Беларусі на пракладзе «Савушкін», «Бабуліна крынка» і «Белакт».

Метады даследавання: апісальны метады, дэдукцыя, параўнальны аналіз, назіранне, экспертнае інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі: рынак беларускай малочнай прадукцыі з'яўляецца высокаканкурэнтным сегментам. У сувязі з гэтым, каб выклікаць увагу спажыўцоў, брэндам неабходна мець пэўнае пазіцыянаванне і адпаведную яму стратэгію прасоўвання. Малочныя брэнды «Савушкін», «Бабуліна крынка» і «Белакт» выкарыстоўваюць розныя ўзроўні пазіцыянавання, аднак прытрымліваюцца аналагічных інструментаў прасоўвання. Гэта спрыяе данясенню іх ключавых паведамленняў да мэтавых аўдыторый.

Навізна дыпломнай работы складаецца ў пошуке актуальных тэндэнцый прасоўвання беларускіх малочных брэндаў.

Вобласць магчымага практычнага выкарыстання: вынікі дыпломнай работы могуць ужывацца ў аптымізаванні прасоўвання брэндаў «Савушкін», «Бабуліна крынка» і «Белакт». Атрыманыя высновы могуць быць карыснымі прадстаўнікам прадпрыемстваў, якія займаюцца выпускам малочнай прадукцыі, а таксама прафесійнай і акадэмічнай супольнасці для далейшага даследавання беларускіх малочных брэндаў.

Аўтар работы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў дыпломнай работы, а таксама самастойнасць яе выканання.

## ABSTRACT

The graduate work includes: 51 pages, 51 sources, 9 applications.

BRANDS, FOOD BRANDS, DAIRY BRANDS, «SAVUSHKIN», «BABUSHKINA KRYNKA», «BELLAKT», POSITIONING, PROMOTION, ADVERTISING, PUBLIC RELATIONS, PERSONAL SALES, SALES PROMOTION, CONSUMERS.

The object of the research is dairy belarusian brands. The subject of the research is positioning and promotion of dairy belarusian brands.

The purpose of the graduate work is to determine positioning and promotion features of dairy belarusian brands by example «Savushkin», «Babushkina krynka» and «Bellakt».

Research methods are descriptive method, comparative analysis, observation and expert interview.

The results obtained: the market of belarusian dairy products is a highly competitive segment. In this regard, in order to attract the attention of consumers, brands need to have a certain positioning and the corresponding promotion strategy. Dairy brands «Savushkin», «Babushkina Krynka» and «Bellakt» use different levels of positioning, however they adhere to similar promotion tools. It facilitates the delivery of their key messages to target audiences.

The novelty of the graduate work is in search for actual trends in the promotion of dairy belarusian brands.

Area of possible practical application is in that the results of the graduate work can be applied in promotion optimization of brands «Savushkin», «Babushkina krynka» and «Bellakt». The results can be useful for representatives of enterprises, the professional and academic community to further research of belarusian dairy brands.

The author of the work confirms the authenticity of the materials of the graduate work, as well as the independence of its implementation.

Zelman E. A.

---