

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра цифровых технологий и менеджмента недвижимости

КОРНЕЕВ
Алексей Геронович

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА НА РЫНОК НА ПРИМЕРЕ ОАО «СЛУЦКИЙ
СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор экономических наук
профессор В. Г. Булавко

Допущена к защите
«__» _____ 2018 г.
Зав. кафедрой цифровых технологий
и менеджмента недвижимости
_____ Т. В. Борздова
кандидат технических наук, доцент

Минск, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЯ «БРЕНД», КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ	9
1.1 Понятие и сущностное содержание экономической категории «бренд»	9
1.2 Этапы развития бренда и стратегия его продвижения и совершенствования	19
ГЛАВА 2 ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БРЕНДА НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «СЛУЦКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»	29
2.1 Анализ хозяйственно – экономической деятельности ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»	29
2.2 Оценка уровня продвижения бренда на ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат».....	40
2.3 Перспективные направления продвижения бренда «Слуцкий стандарт» ..	58
ГЛАВА 3 НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «СЛУЦКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»	69
3.1 Особенности проведения промо-акции «Подарки от «Слуцкий стандарт» как элемента стратегии продвижения бренда организации.....	69
3.2 Разработка предложений по повышению уровня эффективности брендовой политики на примере ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат».....	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	79
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	81

РЕФЕРАТ

Объём дипломной работы: 87 с., 17 рис., 19 табл., 32 источника, 5 приложений, 5 листов (формат А4) графической части, 14 слайдов презентации.

Тема дипломной работы: Продвижение бренда на рынок (на примере ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»)

Ключевые слова: маркетинг, бренд, продвижение бренда, брендинг, стратегия продвижения бренда.

Объект исследования: ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат».

Предмет исследования: маркетинговая деятельность предприятия.

Цель работы: изучить теоретические основы разработки и продвижения бренда и разработать мероприятия направленные на улучшение эффективности продвижения бренда ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат».

Методы исследования: сравнительный анализ, метод экспертных оценок, сбор первичных данных, анализ внутренних данных предприятия, кабинетные исследования.

Исследования и разработки: проведён анализ деятельности предприятия, проведена оценка продвижения бренда, разработаны мероприятия по продвижению бренда, предложен бюджет, рассчитана экономическая эффективность мероприятий.

Область возможного практического применения: продвижение бренда «Слуцкий стандарт»

Технико-экономическая, социальная и экологическая значимость: внедрение разработок позволит продвинуть бренд «Слуцкий стандарт» на рынок, привлечь новых клиентов, увеличить количество заключённых договоров, усилить конкурентные преимущества посредством грамотного продвижения бренда.

Автор работы подтверждает, что приведённый в ней расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

The volume of the thesis: 87 pages, 17 images, 19 tables, 32 sources, 5 applications, 5 sheets (A4 format) of the graphic part, 14 slides of the presentation.

Theme of the thesis: Promoting the brand to the market (on the example of JSC Slutsk Cheese Factory)

Key words: marketing, brand, brand promotion, branding, brand promotion.

Object of the study: OJSC Slutsk Cheese Factory.

Subject of research: marketing activity of the enterprise.

The purpose of the work: to study the theoretical bases for the development and promotion of the brand and to develop measures aimed at improving the brand promotion efficiency of OJSC Slutsk Cheese Factory.

Research methods: comparative analysis, expert evaluation method, primary data collection, internal company data analysis, desk research.

Research and development: an analysis of the company's activities was carried out, brand promotion was evaluated, brand promotion measures were developed, a budget was proposed, and the economic efficiency of activities was calculated.

Area of possible practical application: promotion of the Slutsk Standard brand.

Technical, economic, social and environmental significance: implementation of the developments will allow the Slutsky brand to be promoted to the market, attract new customers, increase the number of concluded contracts, and enhance competitive advantages through competent brand promotion.

The author of the paper confirms that the calculated and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all theoretical, methodological and methodological provisions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы: 87 с., 17 мал., 19 табл., 32 крыніцы, 5 прыкладанняў, 5 лістоў (фармат А4) графічнай частцы, 14 слайдаў прызентацыі.

Тэма дыпломнай працы: Прасоўванне брэнда на рынак (на прыкладзе ААТ «Слуцкі сыраробны камбінат»)

Ключавыя словы: маркетынг, брэнд, прасоўванне брэнда, брэндынг, стратэгія прасоўвання брэнда.

Аб'ект даследавання: ААТ «Слуцкі сыраробны камбінат».

Прадмет даследавання: маркетынгавая дзейнасць прадпрыемства.

Мэта працы: вывучыць тэарэтычныя асновы распрацоўкі і прасоўвання брэнда і распрацаваць мерапрыемствы накіраваныя на палепшэнне эфектыўнасці прасоўвання брэнда ААТ «Слуцкі сыраробны камбінат».

Метады даследавання: параўнальны аналіз, метады экспертных ацэнак, збор першасных дадзеных, аналіз ўнутраных дадзеных прадпрыемства, кабінетныя даследавання.

Даследаванні і распрацоўкі: праведзены аналіз дзейнасці прадпрыемства, праведзена ацэнка прасоўвання брэнда, распрацаваны мерапрыемствы па прасоўванні брэнда, прапанаваны бюджэт, разлічана эканамічная эфектыўнасць мерапрыемстваў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прасоўванне брэнда «Слуцкі стандарт»

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і экалагічная значнасць: ўкараненне распрацовак дазволіць прасунуць брэнд «Слуцкі стандарт» на рынак, прыцягнуць новых кліентаў, павялічыць колькасць зняволеных дагавораў, узмацніць канкурэнтныя перавагі з дапамогай пісьменнага прасоўвання брэнда.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.