

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

КОВАЛЁВА Диана Витальевна

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БРЕНДИНГЕ

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Сарна Александр Янисович
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – визуальные коммуникации в брендинге. Предмет исследования дипломной работы – ключевые особенности и элементы визуальных коммуникаций в брендинге. Цель дипломной работы – выявить особенности и элементы визуальных коммуникаций в брендинге. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, метод обобщения, а также частнонаучные, используемые при проведении маркетинговых исследований, в частности метод анализа процесса и продуктов деятельности и метод визуального аудита для анализа выбранного бренда.

В работе работы были проанализированы визуальные коммуникации в брендинге, выявлены их особенности, описаны составляющие и разновидности графического дизайна, определено понятие визуальной идентичности бренда и проанализированы ее основные элементы. В результате исследования были выявлены особенности взаимосвязи уровней бренда, позволяющие создать и укрепить его визуальную идентичность. Определено, что в этом процессе самыми действенными элементами являются цвет, логотип, типографика и упаковка, которая в случае продуктового бренда выполняет роль продавца и транслирует не только идею бренда, но и суть самого товара.

Результаты проведенного исследования различных визуальных материалов при анализе особенностей CVI бренда «Слодыч» на его уровнях по методике белорусской компании стратегического брендинга «PG Brand Reforming» позволили сделать вывод о необходимости улучшения маркетинговых коммуникаций для продвижения бренда и повышения его эффективности при взаимодействии с потребителями.

Полученные результаты могут быть использованы для выработки рекомендаций по улучшению маркетинговых инструментов на кондитерской фабрике «Слодыч» и других белорусских предприятиях аналогичного профиля,

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: брендинг, визуальные коммуникации, дизайн, маркетинг, визуальная идентичность бренда, цвет, логотип, типографика, дизайн упаковки, фирменный стиль.