

Коммуникационная стратегия вывода нового бренда на рынок (на примере пивного бренда): аннотация к дипломной работе / Иванова Катерина Красимировна; Факультет философии и социальных наук; Кафедра социальной коммуникации; научный руководитель: Сарна Александр Янисович

Объектом данной дипломной работы стал новый бренд, предмет – коммуникационная составляющая процесса его запуска на рынке. Целью данной работы является разработка коммуникационной стратегии выведения нового бренда на рынок. Дипломная работа выполнена с использованием метода кейс-стади и методики SWOT-анализа. Работа носит проектный характер. Проект, отражающий коммуникационную стратегию вывода нового бренда на рынок, успешно реализован в практике компании «Пивной ряд» в рамках запуска первого в Беларуси бренда крафтового пива «BrewDog» летом 2014 года. При разработке дипломного проекта были использованы доступные материалы компании «Пивной ряд», наработки отдела маркетинга компании, а также практический опыт автора работы. В результате проделанной работы был успешно выведен на рынок новый бренд, а также разработаны рекомендации по выводу новых брендов на рынок (на примере пивного бренда). Актуальность проекта и полученных рекомендаций подтверждается их успешным использованием на практике предприятия.

Ключевые слова: брендинг, продвижение брендов, запуск новых брендов, коммуникационные стратегии, маркетинговые коммуникации, ситуационный анализ, проект продвижения бренда.

Communication Strategy of a New Brand launch (the case of a beer brand) / abstract of the graduate work / Katsiaryna Ivanova; Faculty of Philosophy and Social Sciences; Department of Social Communication; supervisor: Aliaksandr J. Sarna

The object of this thesis is the new brand, the subject - the communicational component of the process of its launch on the market. The aim of this thesis is to develop a communication strategy for a new brand launch on the market. The thesis is based on the research methods of case study and situational analysis. This thesis serves for practical purposes and involves project developments. The project reflects the communication strategy of the new brand launch on the market. This project is successfully implemented in the practice of the company "Pivnoy Ryad Ltd." within the launch first craft beer brand on the Belarusian market 'BrewDog' in summer 2014. The company "Pivnoy Ryad Ltd." provided its internal materials and documentation for the project development. This thesis is based on the practical experience of the marketing department of the company and the author. As a result of this project the new craft beer brand has been successfully launched on the Belarusian market. On the basis of the craft beer launch experience, the author also offers recommendations on the communication strategy development for a new brand launch. The importance of the project can be proved by the fact that it is successfully implemented by the company.

Keywords: branding, brand promotion, new brands launch, communication strategies, marketing communications, situational analysis, brand promotion project.